

J

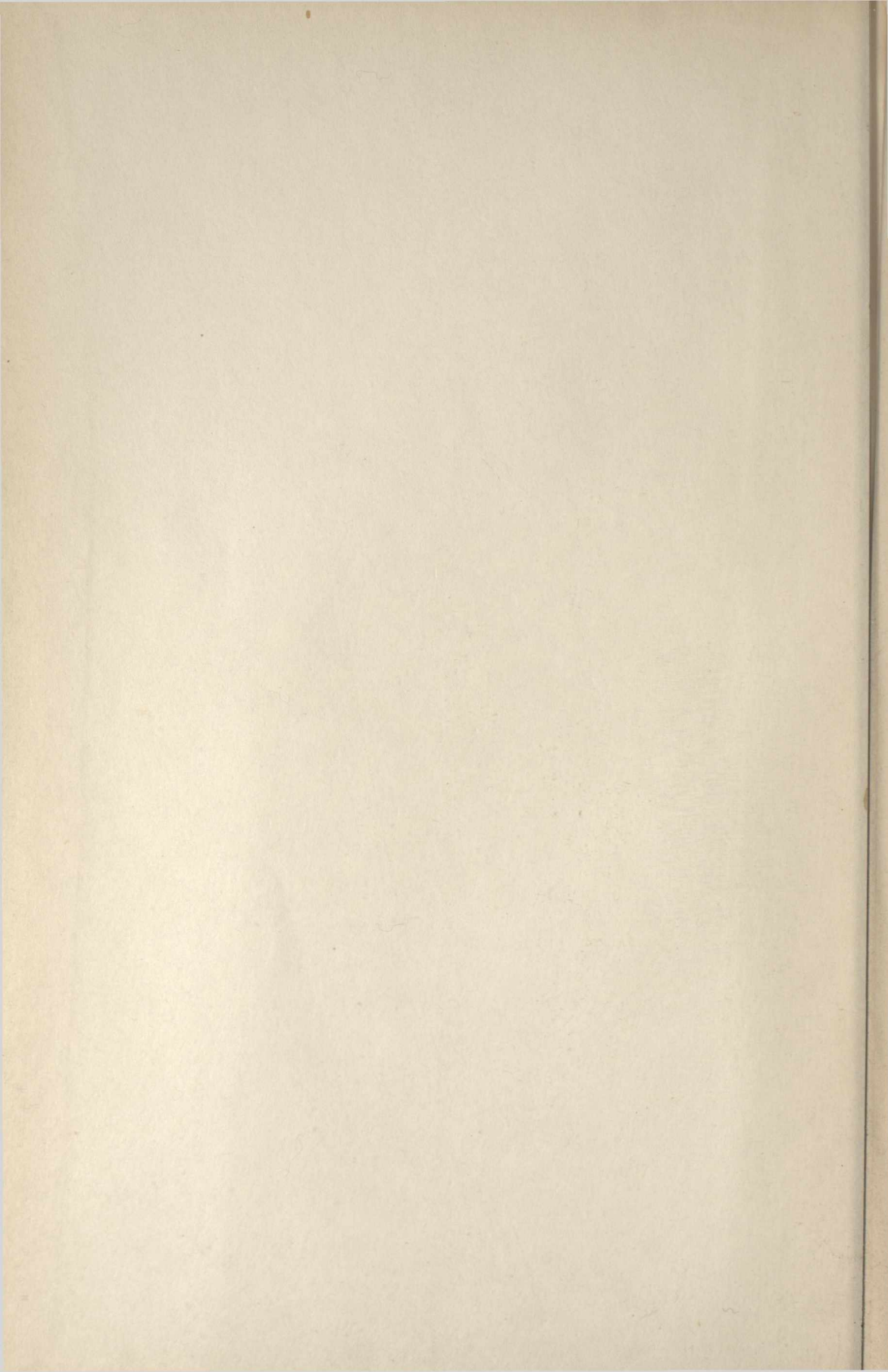
103

H72

1953/54

T6

A42



SÉNAT DU CANADA

1953-1954



DÉLIBÉRATIONS
DU
COMITÉ PERMANENT
DU
TOURISME

Fascicule 1

SÉANCES DU MERCREDI 10 FÉVRIER
ET DU JEUDI 11 FÉVRIER 1954

Président: L'honorable W. A. BUCHANAN

TÉMOINS:

ASSOCIATION CANADIENNE DU TOURISME

- M. Ralph R. Moore, Edmonton (Alberta).
- M. Douglas McD. Hains, Montréal (P.Q.).
- M. Bevis W. Turnbull, Montréal (P.Q.).
- M. Arthur B. Smith, Montréal (P.Q.).
- M. D. C. Bythell, Montréal (P.Q.).

MINISTÈRE DU NORD CANADIEN ET DES
RESSOURCES NATIONALES

- M. D. Leo Dolan, directeur de l'Office de tourisme du gouvernement canadien.
- M. J. A. Hutchison, Division des parcs nationaux.
- M. W. W. Mair, Service canadien de la faune sauvage.
- M. J. R. B. Coleman, Division des parcs nationaux.
- Le colonel C. G. Childe, Service des parcs et lieux historiques.

APPENDICE

Mémoire sur les parcs nationaux du Canada.

MEMBRES DU COMITÉ PERMANENT DU TOURISME

Président: l'honorable W. A. BUCHANAN

Baird	Davies	King
Basha	Duffus	*Macdonald
Beaubien	Dupuis	McIntyre
Bishop	DuTremblay	McLean
Bouchard	Fraser	Pirie
Bouffard	Gershaw	Roebuck
Buchanan	*Haig	Ross
Crerar	Horner	Tremblay—(24)
Daigle	Isnor	

*Membre d'office.

ORDRE DE RENVOI

EXTRAIT des Procès-verbaux du Sénat du Canada,

“Jeudi 26 novembre 1953.

Avec la permission du Sénat, et—

Sur la proposition de l'honorable sénateur Buchanan,

Il est ordonné—Que le Comité permanent du tourisme soit autorisé à enquêter et à faire rapport sur l'activité des divers organismes qui s'occupent de favoriser le tourisme au Canada. Le Comité demande l'autorisation d'assigner des témoins et d'ordonner la production de pièces et documents.”

Le greffier du Sénat,
L. C. MOYER.

MERCREDI 10 février 1954.

Conformément à la motion d'ajournement et à l'avis de convocation, le Comité permanent du tourisme se réunit aujourd'hui à 11 heures du matin.

Présents: Les honorables sénateurs Buchanan, président; Baird, Basha, Beaubien, Bishop, Crerar, Davies, DuTremblay, Gershaw, Haig, Isnor, King, McLean et Ross—(14).

Les sténographes officiels du Sénat sont en disponibilité.

L'honorable sénateur Buchanan, président du Comité, rend hommage à feu l'honorable sénateur Dennis, en soulignant la part qu'il a prise à la formation d'un Comité permanent du tourisme et à l'établissement d'un Office de tourisme du gouvernement canadien.

Conformément à l'ordre de renvoi du jeudi 26 novembre 1953, le Comité procède à l'étude des divers organismes qui s'occupent de favoriser le tourisme au Canada.

Les témoins suivants sont entendus au sujet des initiatives prises par l'Association canadienne du tourisme, en vue de favoriser le tourisme au Canada:

M. Ralph R. Moore, président de l'Association canadienne du tourisme et sous-ministre du ministère des Affaires économiques du gouvernement de l'Alberta, Edmonton (Alberta).

M. Douglas McD. Hains, président du comité de conservation, Association canadienne du tourisme, et agent général du tourisme, Pacifique-Canadien, Montréal (P.Q.).

M. Bevis W. Turnbull, vice-président du comité historique et culturel, Association canadienne du tourisme, et président de la *Tourists Publications, Ltd.*, Montréal (P.Q.).

M. Arthur B. Smith, président du comité de la publicité et de la propagande, Association canadienne du tourisme, et directeur du service de la publicité, département des relations extérieures, National-Canadien, Montréal (P.Q.).

M. D. C. Bythell, président du comité de l'aviation, Association canadienne du tourisme, et directeur du service des ventes et de la publicité, Lignes aériennes Trans-Canada, Montréal (P.Q.).

M. D. Leo Dolan, directeur de l'Office du tourisme du gouvernement canadien est entendu et interrogé.

Après délibération,

Il est résolu de dresser un rapport recommandant d'autoriser l'impression de 600 exemplaires en langue anglaise et de 200 exemplaires en langue française des témoignages rendus devant le Comité, et de suspendre l'application de l'article 100 du Règlement relativement à ladite impression.

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne pour se réunir demain, le jeudi 11 février 1954, à 11 heures du matin.

Certifié conforme.

Le secrétaire du Comité,
James D. MacDonald.

JEUDI 11 février 1954.

Conformément à la motion d'ajournement et à l'avis de convocation, le Comité permanent du tourisme se réunit aujourd'hui à 11 heures du matin.

Présents: Les honorables sénateurs Buchanan, président; Baird, Basha, Beaubien, Bishop, Crerar, Davies, DuTremblay, Fraser, Gershaw, Haig, Isnor et Ross—(13).

Les sténographes officiels du Sénat sont en disponibilité.

Le Comité poursuit l'étude de l'ordre de renvoi du jeudi 26 novembre 1953.

Les témoins suivants du ministère du Nord canadien et des Ressources nationales sont entendus au sujet des initiatives poursuivies par le ministère, en vue de favoriser le tourisme au Canada:

M. D. Leo Dolan, directeur de l'Office de tourisme du gouvernement canadien.

M. J. A. Hutchison, directeur de la Division des parcs nationaux.

M. W. W. Mair, chef du Service canadien de la faune sauvage.

M. J. R. B. Coleman, chef de la Division des parcs nationaux.

Le colonel C. G. Childe, surintendant du Service des parcs nationaux et des lieux historiques.

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne pour se réunir de nouveau sur convocation du président.

Certifié conforme.

Le secrétaire du Comité,
James D. MacDonald.

TÉMOIGNAGES

LE SÉNAT

OTTAWA, mercredi 10 février 1954.

Le Comité permanent du tourisme, autorisé à faire enquête sur l'industrie touristique, se réunit aujourd'hui à 11 heures du matin.

L'hon. M. Buchanan préside.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, nous sommes maintenant en nombre et nous poursuivrons aujourd'hui aussi rapidement que possible le programme du Comité.

Le but de cette réunion est de donner aux représentants de l'Association canadienne du tourisme l'occasion d'exprimer leurs opinions sur les divers aspects de la question du tourisme. Avant de demander à leur président de présenter un mémoire, qu'il me soit permis de dire un mot d'éloge à la mémoire de l'honorable sénateur William H. Dennis.

Je n'étais pas dans l'enceinte du Sénat lorsqu'on a rendu hommage à feu l'honorable sénateur lors de son décès, mais il convient aujourd'hui de dire que c'est à lui que revient la création de ce Comité.

Je n'ai pas l'intention de consacrer beaucoup de temps à rendre hommage au sénateur décédé, mais j'aimerais mentionner qu'il était connu pour mener à bonne fin tout ce qu'il entreprenait. C'est exactement ce qu'il a fait quand il s'est intéressé à l'industrie touristique. Ce souci remonte à plusieurs années, lorsqu'il réclama l'établissement d'un comité spécial qui a fait de nombreuses recommandations, dont l'une fut l'établissement d'un comité permanent du tourisme.

Je sais que nous avons tous vivement ressenti la perte de l'honorable sénateur Dennis. Durant sa maladie, il ne pouvait évidemment être avec nous, mais chaque fois qu'il était présent à la Chambre, il ne manquait pas d'assister aux réunions du Comité. Souvent, il m'indiquait des questions qu'il jugeait bon de soumettre à l'étude. A titre de président du Comité et au nom des membres qui le composent, je désire lui rendre hommage et dire combien nous déplorons la perte, non seulement d'un collègue et membre de ce Comité, mais de celui-là même qui en fut le véritable créateur.

Comme je l'ai dit plus haut, nous entendrons ici des membres de l'Association canadienne du tourisme. Quand j'ai adressé personnellement un mot aux membres du Comité, j'ai désigné cet organisme d'Association canadienne du tourisme et de la publicité, comme on l'appelait autrefois. Il est maintenant connu sous le nom d'Association canadienne du tourisme, mais la désignation antérieure décrivait plus exactement la nature et la composition du Comité. Le premier témoin est M. Ralph R. Moore, sous-ministre du ministère des Affaires économiques du gouvernement de l'Alberta et président de l'Association. Il présentera le mémoire au nom de l'Association. Je demande maintenant à M. Moore de bien vouloir nous faire part de son rapport. Nous pourrons ensuite lui poser des questions. Plusieurs représentants des différentes divisions de l'Association se trouvent aussi parmi nous aujourd'hui et pourront être interrogés si nous le désirons. Vous avez, dites-vous, monsieur Moore, des exemplaires de votre rapport. Il serait peut-être bon de les distribuer.

M. Ralph R. Moore, sous-ministre, ministère des Affaires économiques, gouvernement de l'Alberta, Edmonton:

Monsieur le président, honorables sénateurs: l'Association canadienne du tourisme vous sait gré, de même qu'aux honorables membres du Comité, du privilège d'être représentée à cette réunion et d'avoir été priée d'y présenter un mémoire.

L'Association canadienne du tourisme est, en effet, très heureuse d'avoir ici l'occasion de discuter avec les membres de ce Comité des divers aspects du développement du tourisme au Canada. Cette industrie, bien que de première importance pour l'économie du pays, est, néanmoins, l'objet de peu de cas de la part d'un grand nombre de gens parce qu'ils sont, malheureusement, peut renseignés à son sujet.

Ceux d'entre nous qui se rendent compte, toutefois, de la valeur de l'industrie touristique pour l'économie du Canada ne pourront, à mon avis, nier le fait que sans les vastes dépenses en dollars affectées aux fins de réclame et de publicité à l'extérieur, les recettes annuelles du tourisme au Canada, seraient loin d'atteindre les proportions qu'elles connaissent aujourd'hui. On ne saurait non plus douter qu'en présence de la concurrence sans cesse croissante faite au dollar du touriste, une propagande intensifiée s'impose à l'extérieur pour permettre à l'industrie touristique de conserver les gains considérables qu'elle a accusés presque sans interruption depuis la Deuxième guerre mondiale.

L'Association canadienne du tourisme est d'avis, monsieur le président, qu'étant donné la concurrence formidable que nous subissons de la part de la Grande-Bretagne, de la France, de l'Italie, de la Suisse, de l'Espagne et de l'Afrique,—pour ne citer que ces pays,—lorsqu'il s'agit d'attirer les visiteurs américains seulement, et sans compter les efforts des États-Unis mêmes en vue d'encourager les Américains à visiter leur propre pays, il nous faut remettre de l'ordre dans nos affaires, non seulement pour garder nos visiteurs actuels, mais aussi pour attirer plus de villégiateurs au Canada qui leur offre, outre son hospitalité, l'attrait de son climat, de ses paysages, de ses montagnes, de ses prairies et de ses rivages.

Afin de vous donner une faible idée du champ fertile dont nous disposons, qu'il me soit permis de vous lire quelques extraits du périodique *News Week* du 18 janvier. L'article en question avait pour titre "*Booming Winter Travel*".

...Depuis la Deuxième guerre mondiale, un nombre croissant d'Américains sont heureux de se soustraire à leur entourage à l'époque des vacances. L'année dernière, l'Association nationale des organismes de voyage...

Incidemment, cette association du tourisme est, messieurs, la plus grande organisation de voyages aux États-Unis et compte des représentants du gouvernement fédéral, des gouvernements des États, des municipalités et, surtout, sinon entièrement, de l'organisation du tourisme rural. Elle constate les faits suivants:

Les Américains ont dépensé pour les voyages au pays et à l'étranger la vaste somme de \$18 milliards puisée aux épargnes familiales—soit des dépenses sans précédent. Ils ont emprunté presque tous les moyens de transport,—avions, navires, chemins de fer, autobus et automobiles.

Les agences de voyage des États-Unis sont assurées que l'année 1954 sera tout aussi bonne, et peut-être meilleure, malgré un resserrement possible des cordons de la bourse nationale.

Plusieurs raisons irrésistibles poussent les Américains à visiter plus d'endroits sur la surface du globe que les habitants de tout autre pays. Il y a quelque chose pour tous et chacun. L'industrie du tourisme offre aux intéressés des programmes de villégiature les plus attrayants, à partir des excursions de fin de semaine pour les amateurs de ski, au prix de \$28.75, jusqu'aux voyages en pays enchantés sur paquebots de luxe offrant au voyageur les raffinements de la gastronomie et du confort le plus moderne.

Environ cent quarante voyages circulaires (au prix modique de \$110 pour une croisière de cinq jours aux Bermudes, y compris le voyage de retour) sont offerts aux Américains sur des navires de huit pays. On prévoit que toutes les places seront retenues.

A New-York, cette semaine, 52,000 couchettes avaient été retenues par des voyageurs sur trente-trois navires se dirigeant vers les eaux tropicales. Plus de 39,000 personnes avaient pris leur billet et c'était au plus fort de la saison.

Le trafic des lignes aériennes est intense aussi, et l'activité des affaires accusera une hausse de 35 p. 100 du volume sans précédent de l'année dernière. Outre les envolées régulières aux centres de villégiature, les compagnies aériennes offrent des excursions à prix modique aux stations de ski et aux ranches de tourisme, des voyages circulaires d'un mois aux Antilles et dans l'Amérique du Sud des parties de plaisir à Hollywood et des croisières autour du monde. Le client n'a qu'à choisir et le bureau du tourisme se chargera de faire les arrangements nécessaires.

En dernier lieu,—ce qui est, à mon sens, très important pour nous puisque cela nous touche,—je citerai un article intitulé "L'envie de voyager":

Tout laisse croire que la démangeaison de voyager continuera de se manifester aux États-Unis en 1954. Une enquête récente a révélé que l'activité des voyages en Europe s'était accrue de 23 p. 100 en comparaison de l'année précédente. Les voyages en Asie ont marqué une augmentation de 12 p. 100; aux Bermudes, de 7 p. 100; aux Antilles anglaises, de 10 p. 100; à Hawaï, de 28 p. 100. Durant l'hiver, la majeure partie des voyages se feront au pays même, alors que les touristes se dirigeront vers les régions plus chaudes du sud, du centre et de l'ouest, et vers les pentes enneigées du nord,—ce qui veut dire le Canada, je l'espère.

Plus de 70 p. 100 des Américains qui partent en vacances durant l'hiver se proposent de voyager dans l'automobile de famille, au dire de l'Association américaine des automobilistes, soit une augmentation de 5 à 10 p. 100 sur le nombre de l'année dernière.

L'automobiliste de San-Francisco, qui part en vacances, se dirigera vers Palm-Springs, Las-Vegas, le sud-ouest et la Floride, dans cet ordre. Celui qui part de New-York et de l'est se dirigera vers la Floride, la Californie, l'est du Canada, le sud-ouest et la Nouvelle-Angleterre. Quant aux touristes partant de l'État de Minnesota, ils se dirigent vers le sud-ouest, la Floride et autres régions du sud-est. Au cours des mois de janvier, février et mars seulement, les Américains souffrant de la manie des voyages s'éloigneront de leur foyer au rythme de 114 par minute. Pourquoi? Pour le même motif qui faisait dire un jour à Robert Louis Stevenson: "Je voyage pour le plaisir de voyager, non pas pour me rendre à un endroit en particulier. Ce qui importe surtout, c'est de me déplacer".

Honorables messieurs, que pourons-nous faire pour encourager certains de ces touristes à venir au Canada?

Pour encourager l'industrie du tourisme, il faut agir exactement comme nous le ferions à l'égard des visiteurs que nous inviterions à faire un long séjour chez nous. Il faudrait, d'abord, les inviter. C'est la publicité ou la propagande. Ensuite, nous veillerions à ce que notre propre maison soit à l'ordre,—c'est-à-dire que la chambre des invités soit bien préparée, le rôti cuit à point et que l'on voie à offrir aux visiteurs les divertissements qui leur plaisent. C'est organiser le tourisme chez nous.

Le travail de publicité et de propagande relève entièrement de l'Office de tourisme, du gouvernement canadien, des divers bureaux provinciaux du tourisme, des services de transport et d'hôtel, des exploitants de motels et de centres de villégiature, etc.

A notre avis, l'organisation du tourisme chez nous est le principal but de l'Association canadienne du tourisme.

J'aimerais vous entretenir de ce qu'accomplit l'Association, afin que les membres du Comité sénatorial puissent connaître le but de ces efforts et ce que nous nous proposons de faire à l'avenir. Puissent les propositions que nous soumettons, à votre demande contribuer à accroître le tourisme au Canada.

Je ne doute pas que vous désiriez tout d'abord, monsieur, être mis au courant de l'activité présente de l'Association canadienne du tourisme. C'est au pays même que, ces dernières années, nous avons réussi,—non sans un vif sentiment de fierté,—à faire valoir de plus en plus certains facteurs qui aident à favoriser le tourisme, dont les suivants:

1. Conservation.
2. Établissement de sites historiques comme attractions touristiques.
3. Cuisine typiquement canadienne.
4. Organisation d'attractions culturelles,—festivals, etc., pour attirer les touristes.
5. Aviation civile et commerciale.
6. Prolongement de la saison des vacances.
7. Instructions aux petits exploitants de services touristiques en matière de publicité et de propagande enfin, mais surtout,—
8. Une pression constante et méthodique sur tous les exploitants de services touristiques, que ce soit un centre de villégiature, un endroit de stationnement ou une organisation d'excursions en forêts, pour les amener à maintenir leurs facilités de logement, installations et autres services,—y compris les cabinets des postes d'essence et autres,—en état de répondre aux exigences requises.

Un des principaux buts de l'Association canadienne du tourisme est d'assurer que les visiteurs qui se rendent au Canada,—et que les dépenses de publicité ont surtout contribué à attirer au Canada,—profitent le plus possible des fonds consacrés à visiter ce pays. Il n'y a aucun désaccord entre la ligne de conduite de l'Association canadienne du tourisme et celle de l'administration, par exemple, de l'Office de tourisme du gouvernement canadien. Il n'y a aucun conflit entre les programmes de l'Association canadienne du tourisme et ceux des autorités provinciales du tourisme qui, comme le service de M. Leo Dolan, nous donnent l'appui de leur adhésion. Il n'y a aucun conflit entre la manière de voir de l'Association et celle des compagnies de transport, par exemple, qui font une grande réclame en faveur du tourisme et dont la majorité font aussi partie de l'Association canadienne du tourisme. Nos efforts conjugués sont donc un excellent exemple de coopération de la part de tous les intéressés, tandis que le travail d'ensemble de l'Association complète celui des autres.

L'Association canadienne du tourisme a fait un grand pas dans le domaine de la conservation. A peine l'établissement d'un comité de la conservation était-il annoncé par l'Association que, grâce à l'insistance opportune de M. Douglas Hains,—agent général du tourisme, du Pacifique-Canadien, et président du comité de la conservation,—M. Julian Crandall, sportman américain bien connu, offrait, un trophée en bronze et argent, d'une valeur de \$2,500, comme récompense annuelle au Canadien qui, de l'avis d'un jury, se serait signalé entre tous par ses efforts pour conserver "les ressources renouvelables, tant de la forêt, du sol et des cours d'eau". La première année, ce trophée remarquable fut décerné à M. Frank Kortright, de Toronto. Un autre trophée de l'Association est celui qui a été offert par M. Arthur J. Grout, de Chapleau, et qui est décerné tous les ans à la personne qui, par quelque moyen que ce soit, détruit le plus de loups dans la province d'Ontario. Cette initiative est destinée expressément à protéger d'une manière indirecte le gibier de cette province. Comme récompense additionnelle, le comité de la conservation a adopté, dans l'Ontario, une autre mesure pour encourager la destruction des loups. Il s'agit de l'insigne "Wolf Killer", dont près de 500 ont été décernés, au cours des six derniers mois, à des personnes qui, durant des expéditions de chasse autorisées en vertu d'un permis, ont abattu des loups au Canada, au moyen d'une arme à feu. Persuadé qu'il faut convaincre de bonne heure la jeunesse du pays de l'importance et de la valeur des mesures de conservation, le comité s'est assuré la coopération de l'Association canadienne des scouts au point qu'une nouvelle médaille vient d'être autorisée à l'intention des scouts qui se signalent dans le domaine de la conservation. D'autres projets utiles et attrayants sont aussi en voie de préparation.

Un autre comité, qui s'occupe entièrement de questions historiques, a réalisé un progrès remarquable. Les efforts de ce comité, qui a stimulé le concours de la presse et de la radio, ont contribué, dans une grande mesure, à conserver et à restaurer plusieurs sites historiques qui seraient "autrement" tombés dans l'oubli par suite de l'apathie ou de l'indifférence du public. Le vieux fort York de Toronto en est un exemple. Par tout le Canada se trouvent nombre de ces sites méritant un bien meilleur sort que celui auquel ils sont inévitablement voués, à moins que l'Association canadienne du tourisme n'en encourage la restauration. M. Spencer Clark, de Scarborough (Ontario), est président de ce comité.

Un comité spécial de la cuisine canadienne, formé exclusivement d'un groupe de dames, est sous l'habile présidence de M^{me} Florence G. Montgomery, administratrice-directrice de la *Canadian Restaurant Association*. Jusqu'ici, ce groupe s'est surtout occupé d'étudier la situation en rassemblant les remarques des touristes sur les repas, la salubrité, et sur les autres services fournis dans les hôtels, les restaurants et les postes d'essence. Une entreprise importante a été là préparation d'un "*Guide to Canadian Cuisine*" qui vient d'être complété par un nouveau recueil des meilleures recettes de plats particuliers à la région et à la province que ce comité ait pu réunir.

Pour vous renseigner davantage, messieurs, je résumerai les objectifs que poursuit constamment un autre comité, celui de l'aviation civile et commerciale, formé sous les auspices de l'Association canadienne du tourisme. Les voici:

1. Encourager les groupes de propriétaires d'avions légers à organiser des excursions par voie des airs aux endroits de villégiature du Canada.
2. Coopérer étroitement aux efforts de l'État, des provinces et d'autres associations pour encourager la publication et la diffusion de renseignements sur le tourisme aérien.

3. Encourager l'établissement de comité d'aviation parmi les groupes provinciaux et municipaux qui s'intéressent au tourisme, y compris les Chambres de commerce et les *Boards of Trade*.
4. Dresser un catalogue des régions de villégiature du Canada qui possèdent des facilités spéciales d'amerrissage et d'atterrissage.
5. Encourager l'organisation de voyages touristiques par avion à des centres de villégiature canadiens.
6. Encourager, en général, les voyages par avion et la discussion, au sein des sociétés de tourisme, des moyens de les favoriser.

Je pourrais ajouter, monsieur le président, que l'Association canadienne du tourisme ne perd jamais de vue le besoin d'améliorer les facilités des principaux aéroports; aussi, des résolutions constructives pour y arriver ont été transmises aux autorités compétentes. Je mentionnerai aussi que nous nous efforçons actuellement de prendre les dispositions nécessaires pour réunir quelque 25 propriétaires d'avions des États-Unis à se rendre au congrès de l'Association canadienne du tourisme, à Windsor, en septembre 1954. M. Don Bythell des Lignes aériennes Trans-Canada est le président du comité.

Afin de prolonger la durée de la saison des vacances au Canada, l'Association s'est efforcée, depuis plusieurs années, d'amener les autorités à fixer la date de la fête du Travail au troisième lundi de septembre au lieu du premier et de différer l'ouverture des classes au troisième mercredi de ce mois. Nous avons fait valoir notre argument auprès des autorités ouvrières et avons exprimé notre opinion dans l'organe officiel du Congrès du Travail. En toute franchise, nous n'avons pas encore fait beaucoup de progrès dans cette voie. C'est pourquoi, tout en considérant cette démarche comme un "objectif constant", nous songeons surtout à l'organisation "d'événements spéciaux" comme autre moyen de prolonger la saison du tourisme. En attendant, l'encombrement de villégiateurs,—dont des milliers bénéficient de vacances payées,—durant les mois de juillet et d'août devient de plus en plus prononcé. La situation se complique encore du fait que, dans certains cas, l'industrie se montre hésitante à "échelonner" les programmes de vacances. M. George A. Martin, de Muskoka-Lakes, est président de ce comité.

Je ne mentionne ces comités que pour indiquer que nous nous efforçons de choisir les personnes les plus aptes à les diriger que nous puissions trouver.

Le projet initial de notre Comité de la publicité et de la propagande a été la préparation d'un petit dépliant destiné au petit exploitant de services touristiques qui, assez souvent, produit une feuille de réclame mal préparée et mal imprimée, vouée à l'insuccès dès le début. Cette brochure de l'Association canadienne du tourisme a connu une grande diffusion au Canada. De fait, elle a pris une telle vogue qu'on en a souvent publié des extraits aux États-Unis. L'année dernière, le comité a tenu son premier concours du "Meilleur dépliant" et a décerné des récompenses aux trois meilleurs spécimens soumis par les STATIONS DE VILLÉGIATURE, MOTELS et LIEUX DE CAMPEMENT de notre industrie du tourisme. Non seulement le concours sera répété, cette année, mais la portée en sera accrue pour permettre aux *Boards of Trade* et aux Chambres de commerce d'y prendre part. M. Arthur B. Smith, de la compagnie des chemins de fer Nationaux du Canada, est président de ce comité.

Notre comité des finances est sous la présidence de M. Ian Warren, chef de l'exploitation du service-voyageurs, du Pacifique-Canadien.

L'essor du tourisme interprovincial, que l'Association canadienne du tourisme s'est engagée à favoriser, constitue notre activité la plus récente pour l'encouragement du tourisme. Diverses organisations particulières ont préparé

la voie et, pendant quatre printemps successifs, l'Association canadienne du tourisme a manifesté son approbation du projet en organisant la Section du tourisme à l'Exposition nationale des sports du Canada, tenue à Toronto. Jusqu'ici, toutefois, aucune association ne s'y est vraiment intéressée et ne s'est montrée disposée à persuader les Canadiens qu'ils devraient, en général, être beaucoup mieux renseignés qu'ils ne le sont actuellement sur les attractions touristiques de leur propre pays. L'Association canadienne du tourisme se rend compte que le tourisme n'est pas une industrie à sens unique et qu'en particulier, il doit y avoir réciprocité au point de vue touristique entre le Canada et son grand voisin du sud. Sans faire preuve de chauvinisme en prêchant, par exemple, qu'il faut "Voir le Canada, d'abord", et sans troubler les relations internationales, nous sommes persuadés que le tourisme interprovincial devrait et peut être encouragé comme autre moyen d'améliorer l'entente entre les Canadiens et que le comité interprovincial du tourisme devrait recevoir l'entier appui et la coopération de tous les intéressés lorsqu'il sera en pleine activité.

SEMAINE DU TOURISME—Il s'agit d'un programme de publicité par l'intermédiaire de la presse et de la radio, qui s'est poursuivi pendant sept années consécutives. Il a été discontinué, l'année dernière, mais sera repris de nouveau, cette année. Cet effort vise à stimuler, chez les exploitants de services touristiques, plus de courtoisie, de bienveillance et d'hospitalité à l'égard des touristes.

Les efforts susmentionnés démontrent comment l'Association canadienne du tourisme s'efforce de faire face aux problèmes de l'industrie du tourisme dans son ensemble à travers le Canada. Ils démontrent, en outre, que le but principal de l'Association est d'améliorer les conditions en général, à l'avantage du touriste, dont dépend l'industrie.

Bien que l'Association fasse tout ce qu'elle peut, par l'intermédiaire de ses membres, par la formation du public en général, et par les conseils qu'elle donne à tous ceux qui sont engagés dans l'industrie du tourisme, certains problèmes réclament encore une attention plus spéciale. Ces questions ne relèvent peut-être pas de la juridiction du Sénat; les honorables sénateurs peuvent cependant aider l'industrie indirectement et de plusieurs manières, surtout par leur appui verbal. A votre demande, monsieur le président, l'Association propose ce qui suit pour améliorer les conditions du tourisme, en général:

1. L'établissement d'un comité représentatif qui ferait disparaître les différences irritantes qui existent dans les règlements sur l'usage des armes à feu; les règlements et permis de chasse et de pêche; les règlements fixant les limites de capture et de saison permise; qui éliminerait les règlements contraires aux bureaux de douane; organisation d'une publicité efficace concernant les règlements essentiels aux bureaux de douane et autres questions afin d'éviter les malentendus entre les agents douaniers dans l'exercice de leurs fonctions et le visiteur qui se forme souvent du Canada l'impression durable que détermine l'accueil qu'il reçoit à la frontière.

2. Établissement d'un Office de tourisme du gouvernement canadien à Minneapolis et à San-Francisco, semblable à celui qui existe actuellement à New-York, et agrandissement du bureau du tourisme de Chicago.

Peut-être serait-il bon d'ouvrir aussi un bureau à Minneapolis. Nous admirons le travail qui se fait au bureau de New-York.

3. Extension soutenue et portée accrue des efforts de l'Office de tourisme du gouvernement canadien (et des bureaux provinciaux), ce que l'on juge indispensable à la stabilité de l'industrie du tourisme au Canada, plus que jamais encore dans le passé, vu l'influence croissante de la concurrence étrangère.

4. Adoption d'une ligne de conduite propre à encourager les organismes de l'État, les sociétés historiques, les chambres de commerce et les associations locales à conserver les sites historiques, non seulement à titre d'attractions touristiques, mais de musées et de dépôt de souvenirs, de publications historiques, et d'autres objets semblables.

Pour conclure, permettez-moi de vous remercier de nouveau, monsieur le président, de même que les membres du Comité, de nous avoir donné l'occasion de vous présenter ici ce mémoire et de nous permettre ainsi, non seulement de vous faire connaître nos opinions sur l'importance de l'industrie touristique au Canada et de vous signaler ce que l'Association canadienne du tourisme s'efforce de faire pour en favoriser l'essor, mais aussi pour solliciter votre aide autant que possible.

Le tout respectueusement soumis, au nom de l'Association canadienne du tourisme.

Le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Moore. On pourra interroger M. Moore après la lecture du mémoire. Il est accompagné des présidents de quatre comités de l'Association canadienne du tourisme: le comité de la conservation, le comité de l'aviation, le comité historique et le comité de la publicité. Il se pourrait que certaines questions aient trait à des faits qui ne leur soient pas familiers et auxquelles ils ne soient pas en mesure de répondre. Je crois qu'on peut maintenant commencer à poser des questions sur ce que M. Moore a dit dans son mémoire, puis interroger ensuite les présidents des divers comités. Est-ce ce à quoi vous songiez, monsieur Moore?

M. MOORE: Oui, monsieur.

Le PRÉSIDENT: Vous désirez, n'est-ce pas, que les représentants des divers comités de l'Association soient entendus dès maintenant?

M. MOORE: Vous plairait-il que je les présente, monsieur?

Le PRÉSIDENT: Certainement, mais je crois qu'il est peut-être préférable de nous en tenir d'abord au mémoire. N'était-ce pas l'intention du Comité?

L'hon. M. HAIG: J'aimerais poser une question à M. Moore.

Le PRÉSIDENT: Je crois comprendre que vous ne désirez pas que les représentants des comités soient entendus maintenant.

M. MOORE: Voulez-vous que je présente ces messieurs?

Le PRÉSIDENT: Très bien. Je croyais qu'il fallait nous occuper d'abord du mémoire.

L'hon. M. HAIG: D'après les articles parus dans les journaux et les revues, les touristes canadiens auraient dépensé plus d'argent aux États-Unis et ceux des États-Unis en auraient dépensé moins au Canada que par le passé? M. Moore a-t-il quelque remarque à faire là-dessus?

M. MOORE: Oui, monsieur. J'ai sous la main des chiffres qui indiquent que les Canadiens dépensent actuellement plus d'argent aux États-Unis que les Américains n'en dépensent au Canada.

L'hon. M. KING: Voulez-vous dire toutes proportions gardées?

M. MOORE: Oui. Par suite des efforts accrus de l'Office de tourisme du gouvernement canadien, aussi, je crois, de ceux des bureaux provinciaux, l'écart diminue, toutefois, et la situation est actuellement bien meilleure. Je me suis donné beaucoup de peine pour obtenir amples statistiques à ce sujet; malheureusement, je ne puis mettre la main dessus au moment où j'en ai besoin, mais je vous les fournirai plus tard. Rappelons-nous qu'en 1948, je crois, alors que les voyages des Canadiens en dehors du Canada étaient l'objet de restrictions, les Américains en visite au Canada y ont dépensé beaucoup plus

d'argent que les touristes canadiens n'en ont dépensé aux États-Unis. En 1950 et 1951, c'était presque l'inverse, tandis qu'actuellement, la balance s'établit rapidement en notre faveur et le sera peut-être nettement dans deux ou trois ans.

L'hon. M. HAIG: Une autre question, seulement, monsieur le président, et sur le même sujet. Je crois comprendre que les touristes américains ne sont autorisés à rapporter du Canada que pour \$100 de marchandises exemptes de droits de douane.

M. DOLAN: C'est le contraire. Les Américains peuvent rapporter aux États-Unis tout ce qu'ils veulent du Canada; ils peuvent rapporter dans leur pays pour jusqu'à \$500 de marchandises, tandis que les Canadiens ne peuvent en rapporter au pays que pour \$100.

L'hon. M. KING: A différentes périodes de l'année, n'est-ce pas?

M. MOORE: A tous les quatre mois, je crois.

L'hon. M. HAIG: Puis-je avoir la réponse à ma question?

M. MOORE: Les Canadiens peuvent rapporter au Canada pour \$100 de marchandises des États-Unis, tous les quatre mois. Le touriste américain peut rapporter dans son pays pour \$500 de marchandises du Canada.

M. DOLAN: Il faut que le touriste américain passe douze jours au Canada avant de pouvoir rapporter aux États-Unis pour \$500 de marchandises. Il peut rapporter pour \$200 de marchandises après un séjour de n'importe quelle durée. Le touriste canadien en visite aux États-Unis peut rapporter au Canada des marchandises d'une valeur de \$100 exemptes de droits de douane, trois fois par année, mais à condition qu'il ait séjourné aux États-Unis pendant 48 heures, sénateur King.

L'hon. M. BEAUBIEN: Le touriste américain peut donc rapporter aux États-Unis à son départ du Canada pour \$500 de marchandises, peu importe la durée de son séjour?

M. DOLAN: Non, sénateur Beaubien. Le touriste américain doit avoir séjourné au Canada douze jours pour pouvoir rapporter chez-lui \$500 de marchandises.

L'hon. M. DAVIES: Puis-je demander à M. Moore, monsieur le président, s'il possède des statistiques concernant le nombre de visiteurs étrangers qui ont assisté au festival shakespearien, tenu à Stratford (Ontario), l'été dernier? On me dit que nombre d'Américains y ont assisté. Combien de personnes des États-Unis y sont venues, en réalité? Vous avez parlé, dans votre mémoire, de l'encouragement à donner aux festivals et aux autres événements culturels comme moyen d'attirer les touristes au pays; je conviens que c'est là une activité très importante.

M. MOORE: Je regrette, sénateur Davies, de ne pouvoir vous fournir les statistiques dont vous parlez.

L'hon. M. HAIG: Permettez-moi seulement d'en finir avec ma question des achats, tout d'abord. Cela revient à dire, en réalité, monsieur Moore, que les Américains qui visitent le Canada ont beaucoup plus de chance de rapporter des marchandises dans leur pays que n'en ont les Canadiens d'en rapporter au Canada; malgré cela, les Canadiens ont dépensé plus d'argent aux États-Unis que les Américains n'en ont dépensé au Canada, ces deux dernières années.

M. MOORE: Oui, c'est exact, et c'est un état de choses que nous connaissons tous. M. Leo Dolan vous dira que l'Office de tourisme du gouvernement canadien et tous les bureaux provinciaux de tourisme s'efforcent de corriger cette situation. Nous nous rendons compte qu'il nous faut essayer d'y remédier et, apparemment, nous y arrivons, car les statistiques sont bien meilleures à l'heure actuelle qu'elles l'ont été dans le passé.

L'hon. M. HAIG: Arrêtons-nous à une simple proposition, c'est-à-dire de permettre au Canadien qui visite les États-Unis d'en rapporter pour \$500 de marchandises plutôt que pour \$100. Y avez-vous déjà songé?

M. MOORE: C'est, évidemment, une question qui relève du gouvernement fédéral et du ministère de la Douane.

L'hon. M. DAVIES: Vous proposez que le touriste canadien puisse rapporter des États-Unis au Canada pour \$500 de marchandises exemptes de droits de douane?

L'hon. M. McLEAN: Cela ne ferait qu'aggraver la situation.

L'hon. M. HAIG: A l'heure actuelle, nous interdisons pratiquement l'entrée de marchandises américaines au Canada; cependant, nous dépensons plus d'argent dans leur pays. Dans la ville que j'habite, monsieur Moore, il existe un trafic considérable vers les villes jumelles de Minneapolis et de Saint-Paul, aux États-Unis, pour fins d'emplettes. Des centaines de personnes s'y rendent tous les jours, de Winnipeg, pour y acheter des marchandises et je me demande pourquoi.

L'hon. M. BAIRD: Ils y trouvent ces marchandises à meilleur compte.

L'hon. M. DAVIES: Quelle distance sépare ces villes de Winnipeg?

L'hon. M. HAIG: Environ 520 milles.

L'hon. M. CRERAR: Je crois que la question du change a beaucoup à faire avec le point soulevé par le sénateur Haig. C'est, à mon avis, un élément qui entre beaucoup en ligne de compte. L'Américain qui vient au Canada comme touriste pour y passer deux semaines de vacances et qui se propose d'acheter une couverture de marque Hudson-Bay,—ce que les Américains achètent souvent à Winnipeg pour rapporter aux États-Unis,—constate qu'il lui faut verser \$103 en fonds américains pour obtenir les \$100 dollars canadiens que lui coûtent les couvertures. A la période dont parlait M. Moore, le dollar américain valait plus que le nôtre.

L'hon. M. HAIG: C'est exact.

L'hon. M. CRERAR: Notre dollar valait moins que le dollar américain et c'est pourquoi le touriste américain pouvait obtenir pour 100 dollars de sa monnaie 102, 103 ou 105 dollars canadiens et les consacrer à l'achat de couvertures.

L'hon. M. McLEAN: A une certaine époque, il pouvait obtenir jusqu'à 110 dollars canadiens.

L'hon. M. CRERAR: Il en est de même pour le touriste canadien qui peut obtenir pour 100 dollars de sa monnaie 103 dollars américains à dépenser aux États-Unis. A mon avis, cette question de change a joué un rôle important.

L'hon. M. McLEAN: Très important.

L'hon. M. CRERAR: C'est un élément psychologique dans le développement du commerce touristique.

L'hon. M. KING: Il faut se rappeler, en outre, monsieur le président, que durant les années où les voyages ont été l'objet de restrictions au Canada, plusieurs Canadiens ont été ainsi empêchés de se rendre aux États-Unis. Après la levée des restrictions, les voyages des Canadiens aux États-Unis sont devenus plus fréquents. Je désire assurer M. Moore que son mémoire m'a beaucoup plu, mais qu'il n'a pas mentionné les espoirs que fonde son Association pour l'accroissement du tourisme, après le parachèvement de la route transcanadienne. Quelles sont les prévisions de l'Association à cet égard? A mon avis, le parachèvement de cette route mettra à la disposition du public voyageur, tant du Canada que des États-Unis, une vaste étendue de nouveau territoire.

M. MOORE: L'Association canadienne du tourisme est d'avis que la route transcanadienne va contribuer, dans une très grande mesure, à garder nos

Canadiens au Canada et à leur permettre de visiter toutes les parties du pays. A l'heure actuelle, par exemple, ou jusqu'à tout récemment, le Canadien de l'est du pays qui désirait se rendre en Alberta, aux Rocheuses, le faisait ordinairement par voie des États-Unis et s'en revenait par le Canada. Il arrivait souvent, qu'une fois rendu aux États-Unis, il n'allait pas plus loin et reprenait le chemin du Canada. Le parachèvement de la route transcanadienne permettra au voyageur de parcourir le Canada, d'un océan à l'autre, sur une route entièrement canadienne. En Alberta, province que je connais bien, nous remarquons une très forte augmentation du nombre de voitures de tourisme de l'Ontario, du Manitoba et de la Saskatchewan. Le trafic routier accuse un accroissement très considérable. Nous avons demandé à nombre de touristes quelles routes ils avaient empruntées et nous avons constaté que tous avaient circulé sur la route transcanadienne.

L'hon. M. KING: A ce propos—vous parlez de tourisme interprovincial au Canada même, je crois que la route transcanadienne, une fois parachevée et utilisable, sera l'une des plus grandes attractions qui encourageront les Américains à venir au pays. Je suis sûr qu'ils y viendront par milliers et qu'ils emprunteront cette route pour parcourir le Canada. N'est-ce pas aussi ce que vous pensez?

M. MOORE: Précisément; nous ne doutons pas que c'est ce qui arrivera. De fait, quand la route de Banff à Jasper, qui traverse le parc national, sera pavée et le gouvernement de l'Alberta s'efforce de hâter la construction de la route d'Edmonton à Jasper, laquelle est actuellement plus qu'à demiparachevée et le sera complètement, je crois, d'ici deux ans—cela encouragera fortement les Américains à se rendre au Canada en plus grand nombre qu'auparavant et à séjourner.

L'hon. M. ISNOR: Monsieur le président, j'aimerais poser une ou deux questions à M. Moore. Dans le mémoire qu'il a présenté, M. Moore a mentionné certaines caractéristiques qui, à son avis, attirent les touristes au Canada, surtout les Américains, mais il n'a pas précisé ce qu'était la plus remarquable de ces particularités.

Vous plairait-il de nous dire, monsieur Moore, si votre Association s'est arrêtée à une caractéristique quelconque qui pourrait contribuer, dans une grande mesure, à attirer les touristes au Canada? Je songe, par exemple, aux occasions qu'offrent les grands magasins tous les lundis pour attirer les clients. Quelle attraction particulière le Canada offre-t-il pour y attirer les touristes?

Quand vous aurez répondu à cette question, j'aimerais m'étendre un peu sur le sujet, si vous ne le permettez.

M. MOORE: En tant que membres de l'Association canadienne du tourisme, nous ne nous sommes pas encore arrêtés particulièrement à ce point; il reste encore beaucoup à faire pour développer le commerce touristique, en général. Cependant, la question que vous avez soulevée a été étudiée dans une certaine mesure, au dernier congrès.

L'hon. M. ISNOR: Veuillez bien ne pas vous méprendre sur ce que j'ai dit. Je ne demande pas qu'on offre des occasions dans les magasins. Je me demande ce que le Canada offre, en tant que pays, de nature à attirer et à intéresser les touristes.

M. MOORE: Nous avons, il me semble, de très beaux paysages et autres attractions au Canada. Nos parcs nationaux suscitent beaucoup d'intérêt. En Alberta, par exemple, nous constatons que Banff, Jasper, Lac-Louise et Waterton attirent plus de touristes que la plupart de tous les autres endroits de la province. Les Américains ont, je l'admets, leurs propres montagnes, mais nous ne croyons pas qu'elles soient aussi pittoresques que les nôtres. Le *Calgary Stampede* est, évidemment, un autre événement prisé par les touristes, en Alberta.

L'hon. M. ISNOR: Cet événement n'attirerait les touristes qu'à une certaine époque de l'année, cependant—c'est un peu ce qu'a fait remarquer le sénateur Davies. Ce à quoi je veux en venir, c'est la question de savoir si vous avez étudié la possibilité d'offrir quelque attraction d'un caractère bien particulier. Vous répondez à ma question d'une manière générale en disant que vous avez telle et telle attraction. C'est ce que nous savons déjà. Est-ce un changement de climat, par exemple, qui attire les étrangers?

M. MOORE: Voulez-vous parler, monsieur le sénateur, du ski pendant l'hiver.

L'hon. M. ISNOR: C'est un exemple.

M. MOORE: Nous faisons de la publicité en faveur du ski dans l'Ouest et l'Office de tourisme du gouvernement canadien en fait aussi. Nous avons grand espoir que la FIS organisera la tenue de sports d'hiver à Banff en 1958, ce qui occasionnera la venue de 40,000 personnes au Canada, en particulier dans l'Alberta. Il y a, naturellement, le ski dans les Laurentides. Nous nous efforçons de bien des manières de faire durer la saison du tourisme un peu plus que les mois de juillet et d'août.

L'hon. M. ISNOR: Je m'aperçois que mes questions ne me renseignent guère. C'est peut-être mon inaptitude à les poser clairement qui m'empêche d'obtenir la réponse que je désire et qui serait utile, à mon avis, au point de vue du tourisme. J'ai toujours été de ceux qui ont recommandé fortement que le Canada accepte la monnaie américaine au pair. Votre Association a-t-elle fait des démarches pour encourager cette mesure?

M. MOORE: Elle l'a peut-être fait officieusement, mais non officiellement. Cela répond, je crois, exactement à votre question, monsieur. Nous ne croyons pas qu'il soit avantageux de nous exprimer sur ce point, d'une manière officielle. Quand l'écart était très prononcé entre la valeur des monnaies canadienne et américaine, nous avons fait tout ce que nous avons pu pour engager les exploitants de l'industrie touristique à accepter la monnaie américaine au pair quand il était possible de le faire.

L'hon. M. McINTYRE: N'est-il pas vrai que le bureau du tourisme de chaque province s'occupe de faire valoir les caractéristiques qui peuvent y attirer les touristes? En d'autres termes, n'est-ce pas là une question d'ordre provincial?

M. MOORE: Pas exclusivement, car l'Office du tourisme du gouvernement canadien s'occupe de favoriser le tourisme dans le Canada tout entier.

L'hon. M. McINTYRE: Je le sais.

M. MOORE: Je suis plus en mesure de parler pour ma propre province, l'Alberta.

L'hon. M. ISNOR: Si vous me permettez une autre question, monsieur le président, je voudrais savoir si l'Association a étudié le résultat des efforts tentés, l'an dernier, pour augmenter le tourisme interprovincial en comparaison du tourisme en provenance des États-Unis. En d'autres termes, monsieur Moore, le trafic interprovincial s'est-il sensiblement accru, l'année dernière et l'année précédente, par suite des efforts particuliers en vue de réaliser cette augmentation?

M. MOORE: Oui, monsieur le sénateur. Je crois que cette amélioration s'est fait sentir par tout le Canada. Je suis plus en mesure de parler de ce qui s'est passé en Alberta. Nous avons déjà essayé de procéder à un contrôle du tarif touristique à la frontière de la Saskatchewan et de l'Alberta et à celle de la Colombie-Britannique et de l'Alberta, afin de connaître le nombre de personnes qui visitent notre province. Nous avons constaté une augmentation. Afin d'attirer plus de touristes dans l'Alberta, nous avons fait peut-être plus de publicité pour cette province, ces dernières années que dans le passé. L'Alberta et la Colombie-Britannique mettent en commun leur réclame afin de favoriser

le tourisme d'une province à l'autre. Je suis sûr que ce système connaîtra beaucoup de succès dès que les routes qui relient les deux provinces seront parachevées.

Le PRÉSIDENT: Il semble que ce soit silence en ce moment. Permettez-moi d'en profiter pour présenter les messieurs qui accompagnent M. Moore. Ce sont M. Douglas Hains, président du comité de la conservation de l'Association canadienne du tourisme et agent général du tourisme, Pacifique-Canadien; M. Bevis W. Turnbull, vice-président du comité historique et culturel de l'Association; M. Arthur B. Smith, directeur de la publicité, service des relations extérieures, National-Canadien; et M. D. C. Bythell, président du comité de l'Aviation de l'Association et directeur du service des ventes et de la publicité, Lignes aériennes Trans-Canada.

Ces messieurs auraient peut-être l'obligeance d'approcher maintenant et de répondre aux questions qui les intéressent particulièrement pendant que le Comité continuera d'interroger M. Moore.

L'hon. M. CRERAR: Veuillez les faire avancer.

Le PRÉSIDENT: Veuillez approcher, messieurs.

Il me fait plaisir de mentionner que nous comptons aussi parmi nous aujourd'hui, en la personne de M. Leo Dolan, un représentant du gouvernement qui est d'un appui précieux pour le Comité. Quand ces messieurs auront fait connaître leurs opinions, nous pourrions peut-être demander à M. Dolan de nous exprimer les siennes au sujet de certains points qui ont été soulevés au cours des délibérations d'aujourd'hui. Si vous avez fini, monsieur Moore, je demanderais au Comité s'il désire poser des questions quelconques à ces messieurs. J'ai dit qu'un d'entre eux était président du comité de la conservation; M. Moore vous a fait connaître les buts de l'activité de l'Association canadienne du tourisme en matière de conservation.

M. MOORE: Monsieur le président, permettez-moi seulement de consigner au dossier, à titre de document, les délibérations de la dernière réunion annuelle de l'Association canadienne du tourisme, qui comprend en détail les rapports des divers comités du tourisme.

Le PRÉSIDENT: Je prie ces messieurs de bien vouloir s'approcher. Voici M. Douglas McD. Hains (agent général du tourisme, compagnie du Pacifique-Canadien); M. Bevis W. Turnbull (président, *Travel Publications Limited*, Montréal); M. Arthur B. Smith (directeur de la publicité, service des relations extérieures, chemins de fer Nationaux du Canada); M. D. C. Bythell (directeur, service des ventes et de la publicité, Lignes aériennes Trans-Canada; président du comité de l'aviation, Association canadienne du tourisme).

Le sénateur Davies avait quelque chose à dire, il y a un moment, au sujet du festival de Stratford. Il a demandé si l'on savait combien de touristes cet événement avait attirés au pays, ou quelque renseignement du même genre. Il est probable que l'un d'entre vous, messieurs, est en mesure de répondre à cette question. Cela relève sûrement du comité historique et culturel.

L'hon. M. DAVIES: Je me demande si M. Dolan pouvait nous le dire lorsqu'il a été interrogé par le Comité. Nous pouvons probablement obtenir ce renseignement du bureau du tourisme de l'Ontario. Je sais que lorsqu'on a organisé un festival shakespearien, à Stratford, la première fois, le succès en semblait fort douteux. Mais un comité énergique a été formé et les membres ont décidé d'aller de l'avant. Ils ont demandé des souscriptions et ont finalement réuni suffisamment de fonds pour les autoriser à poursuivre leurs efforts. Le festival a connu un grand succès, qu'il faut attribuer, en grande partie, au fait qu'il a attiré, en réalité, un grand nombre d'Américains. J'aimerais avoir une idée du nombre de personnes qu'il a attirées.

M. BYTELL: Je puis vous donner quelques renseignements là-dessus. Je sais que ma propre organisation a dressé un rapport du fait. Nous possédons

des statistiques sur le nombre exact de personnes venues à Stratford à l'occasion du festival et sur l'endroit d'où elles sont venues. Je fournirai avec plaisir ces renseignements au Comité ou directement au sénateur Davies.

L'hon. M. DAVIES: Le festival aura lieu de nouveau, cet été, et je proposerais qu'on dresse un rapport très exact du nombre d'Américains qui s'y rendront afin que nous ayons ainsi une bonne idée du résultat de l'entreprise au point de vue du tourisme.

M. DOWLAN: Il faudrait que le pointage fût fait par le Festival Stratford lui-même. Il n'est pas possible que ce soit le personnel préposé aux douanes ou à l'immigration qui tienne compte des visiteurs américains qui viennent ici à l'occasion du festival; Il faudrait allonger la liste des questions posées à la frontière et qui sont déjà assez nombreuses sans y ajouter: "Où allez-vous?" Irez-vous voir Marilyn Monroe à l'exposition ou au festival de Stratford? D'une façon générale, le festival de Stratford remporte un grand succès. On nous a bien interrogés à ce sujet. Je crois qu'il s'agit de l'une de nos initiatives les plus propres à prouver que les touristes s'intéressent à ce que nous nous plaisions à appeler notre activité culturelle.

M. HAINS: L'expérience réussie, faite en 1953, nous a permis de juger de l'intérêt qu'a suscité cet événement. Nous ne pouvons pas citer de chiffres précis, mais l'intérêt à ce sujet a été assez manifeste pour que nous fassions particulièrement mention du festival de Stratford, en 1954. Nos employés qui s'occupent des voyageurs sont d'avis qu'il constitue un vif attrait non seulement pour notre peuple, mais aussi pour celui des États-Unis.

M. DOWLAN: Nous, de l'Office du tourisme du gouvernement canadien, ne manquons jamais de faire chaque mois de la réclame au sujet du festival de Stratford comme de tout ce qu'il y a de transcendant au pays. Nous envoyons chaque semaine aux journaux et autres publications ainsi qu'aux agences de publicité une liste de tous les événements d'un caractère particulier.

L'hon. M. DAVIES: Il y aurait peut-être lieu, l'été prochain, de vous entendre avec la direction du festival pour établir un système de pointage.

M. DOWLAN: Je pense que c'est là une excellente idée, et s'ils nous demandent de les aider, nous serons en mesure de les suivre de plus près.

Le PRÉSIDENT: Je pense, monsieur Hains, que vous aimeriez faire une déclaration au comité.

M. Douglas McD. HAINS, agent général du tourisme à la compagnie du Pacifique canadien: Monsieur le président et messieurs les membres du comité, je crois qu'il serait opportun de m'accorder le privilège de compléter brièvement le résumé qu'a fait notre président, M. Moore, concernant le travail accompli par le comité de conservation. Il est fort possible que vous vous demandiez "pourquoi l'Association canadienne du tourisme se soucie-t-elle de la conservation?"

J'ai la conviction, cependant, que vous êtes tous d'avis que nos forêts, nos montagnes, nos lacs et nos rivières comptent parmi nos plus grandes richesses nationales. Ils ont une double importance. D'abord, ils offrent au regard un spectacle d'une insurpassable beauté. Ensuite, ils renferment du gibier et du poisson en abondance, sans compter le gibier à plumes et les innombrables autres oiseaux. Il semble bien que tout cela constitue notre plus fort attrait touristique. C'est à condition que nous sachions conserver ces précieuses ressources que notre industrie touristique continuera de s'accroître et de prospérer. Si, par négligence, indifférence ou apathie, on les laisse détruire, c'est le contraire qui se produira.

Une foule de Canadiens sont portés à fermer les yeux et à entretenir faussement en eux le sentiment que nos forêts sont inépuisables tout autant que nos lacs et nos rivières et que la chasse peut se pratiquer chez nous de façon

illimitée. Rien ne saurait s'éloigner davantage de la vérité. La nature s'est montrée prodigue envers le Canada qu'elle a doté d'immenses richesses naturelles, mais celles-ci commencent de diminuer très rapidement et nous devons être très prudents, si nous voulons garder ce qui nous reste. La situation est même déjà critique.

Le Comité de conservation de l'Association canadienne du tourisme se compose de douze sportsmen courageux et avertis, représentant chacun une province du Canada et qui entendent servir de leur mieux la cause de la conservation. Nos efforts tendent à mettre tout en œuvre afin d'aider à conserver et à améliorer nos ressources renouvelables, tant au point de vue de la forêt qu'à celui du sol et des cours d'eau, au Canada.

Voici ce que nous avons fait, depuis deux ans, et qui prouve que nos efforts ont été couronnés d'un certain succès.

Le trophée de conservation Julian Crandall

Convaincu qu'un public éclairé et bien informé est indispensable pour mener à bien toute initiative en vue de la conservation, notre comité a cru bon de reconnaître, sur le plan national, le dévouement à la cause de la conservation de citoyens animés de l'esprit civique. Nous avons donc convenu de faire une présentation officielle du trophée de conservation Julian Crandall, décerné, chaque année, au Canadien qui a le plus fait pour la conservation. Ce trophée a une valeur de \$2,500 et a été exposé en plusieurs endroits stratégiques du pays. Partout il a fait bonne impression et a été vivement acclamé par la presse et dans tous les milieux où l'on s'occupe de conservation.

L'insigne "Wolf Killer"

Des enquêtes sérieuses ont établi que les loups ont été les auteurs de grands massacres, particulièrement dans l'Ontario. Notre comité a donc créé l'insigne dite "Wolf Killer" pour décerner à quiconque tue un loup avec une arme à feu. Pour prouver qu'il a tué des loups, le chasseur doit au préalable établir qu'il a reçu la prime en argent. Dès la première année, nous avons distribué plus de huit cents de ces insignes. En plus de la contribution ainsi apportée à la cause de la conservation, cette prime constitue, tout spécialement au cours des mois de février et mars, un gain additionnel pour les guides et tous ceux qui organisent des voyages de chasse et de pêche. Il est satisfaisant de constater qu'un grand nombre de chasseurs américains viennent maintenant à la chasse aux loups au Canada, ce qui contribue à grossir nos revenus de façon appréciable.

Le trophée Arthur J. Grout

Un autre trophée fort convoité est celui qui est offert par M. Arthur J. Grout, de Chapleau, et décerné à la personne qui, en une année et par tous les moyens, détruit le plus de loups dans l'Ontario. Je pense qu'il est important d'expliquer ici que, parce que la nature a voulu qu'il y en eût, nous ne sommes pas en faveur de l'extermination des loups, nous ne voulons que les maîtriser.

Médaille de conservation pour les scouts

Partant du principe que l'avenir de la jeunesse d'aujourd'hui est intimement lié à celui du Canada et qu'elle doit être mise au courant de bonne heure de l'importance de la conservation, on s'est ingénié à connaître la meilleure manière d'en rendre les jeunes conscients. Les directeurs de l'Association des Scouts ont été consultés et plusieurs assemblées tenues où assistaient les prin-

cipaux représentants de cette organisation à Ottawa. Notre comité a proposé, comme première mesure, d'ajouter une médaille de conservation aux décorations accordées par l'Association des Scouts. Je suis fier d'affirmer que ce but est maintenant atteint.

Colonie de vacances pour les garçons

Afin d'encourager et de reconnaître le travail digne de mention accompli par les jeunes Canadiens dans le domaine de la conservation, notre comité a fondé, cette année, deux colonies de vacances,—une dans l'est et l'autre dans l'ouest,—à chacune desquelles quatre garçons auront le droit d'aller passer deux semaines, cette récompense étant accordée aux plus méritants.

Il m'est bien agréable de dire que la province de l'Alberta va se charger du groupe de l'ouest et la province de l'Ontario, de celui de l'est. Pendant la durée de leur séjour à ces endroits, les garçons auront l'avantage de voir par eux-mêmes ce que c'est que la conservation et les meilleurs arrangements ont été faits afin que ces vacances soient aussi instructives qu'agréables.

Cours de conservation

L'un des membres de notre comité, M. Phillip Moore, du Nouveau-Brunswick a fait des démarches auprès du gouvernement de cette province. Grâce à ces efforts concertés, un cours de conservation et de formation des guides est aujourd'hui donné à l'Université du Nouveau-Brunswick. Les élèves s'y inscrivent en grand nombre.

Exemple de coopération pratique

Il semble bien que l'effort de conservation le plus poussé se soit fait au Nouveau-Brunswick, en 1953. L'été dernier, 91 avions ont répandu un million de gallons de D.D.T. sur 1,700,000 acres de forêts ravagées par le ver du bourgeon. Les gouvernements fédéral et provincial et quatre compagnies de bois de pulpe se sont partagé les dépenses. Je crois que vous admettez que c'est là l'exemple le plus frappant de coopération pratique et pécuniaire.

Nous, de l'Association canadienne du tourisme, avons la ferme conviction que nulle initiative, nulle entreprise ne puisse réussir sans la coopération, la compréhension et la participation active d'un public intéressé, déterminé et bien informé. Tous ceux à qui il appartient de faire connaître les avantages illimités qu'offre le Canada aux villégiateurs doivent reconnaître l'importance extrême de la conservation bien comprise. La sécurité et la prospérité future de l'industrie du tourisme au Canada en dépend.

Le PRÉSIDENT: Voilà un exposé aussi utile qu'intéressant. Quelqu'un a-t-il des questions à poser à M. Hains?

L'hon. M. KING: Monsieur le président, j'aime beaucoup la pêche, et je crois qu'il est extrêmement important que le poisson survive dans nos lacs et nos rivières. Il me semble qu'il y aurait moyen d'empêcher que des aviateurs viennent se poser sur nos lacs pour y faire la pêche. Ces gens viennent par avion, se posent sur nos lacs, passent une journée à pêcher puis reprennent leur vol. Nous ne savons rien d'autre à leur sujet. Ils retirent beaucoup de poisson de nos lacs. J'ignore si les gouvernements provinciaux sont au courant de cette façon de procéder. Je ne vois pas pourquoi on n'obligerait pas ceux qui viennent ici en avion à se rendre près des lacs de la même façon que le font les Canadiens eux-mêmes.

M. HAINS: Je veux dire ici, monsieur le sénateur, que vous abordez un point important au sujet de quoi de nombreuses autorités s'inquiètent.

L'hon. M. KING: Voilà qui est bon à savoir!

M. HAINS: Il y a eu des abus flagrants dans ce sens, alors que des avions provenant d'autres pays, volant à haute altitude, sont venus se poser sur des lacs éloignés. Les étrangers qui s'y trouvaient ont pris notre poisson et tué notre gibier sans frais aucun. Toutefois, il est opportun d'ajouter que la moyenne des touristes de ce genre qui nous viennent des États-Unis sont animés du meilleur esprit sportif. Pour revenir au point que vous avez soulevé, je pense que l'on devrait exiger qu'un pilote breveté canadien montât dans les avions étrangers dans le but de voir à ce que nos lois de chasse et de pêche soient rigoureusement observées.

L'hon. M. KING: Et qui paierait les frais, les touristes ou notre gouvernement?

L'hon. M. HAIG: Il est arrivé que des avions privés se soient perdus de notre côté de la frontière et le gouvernement a dépensé de grosses sommes d'argent pour les retrouver. L'année dernière, incidemment, des aviateurs américains se sont égarés pendant quatre ou cinq jours. Finalement, lorsqu'on les a retrouvés, ils étaient paisiblement assis au bord d'un lac, attendant le secours.

M. HAINS: Ces aviateurs sont maintenant obligés de produire un plan du voyage projeté et indiquant le trajet à parcourir et le lac même où ils veulent amerrir, tout autant que la durée du séjour.

L'hon. M. HAIG: Ce serait un moyen de toujours savoir où ils se trouvent.

M. BYTHELL: A titre de président du Comité de l'aviation, pourrais-je émettre une opinion à ce sujet? Notre comité s'est beaucoup soucié du manque de surveillance qui existe concernant les petits appareils qui viennent au Canada dans le but d'y faire la pêche et la chasse. Nous avons travaillé de concert avec divers services administratifs pour établir des règlements imposant à ces voyageurs l'obligation de se rapporter à certains endroits lorsqu'ils entrent au pays. Les pilotes étrangers y seraient mis au courant de certains règlements de nature à les empêcher de s'égarer et partant à épargner des frais à notre pays. Bien suivis, ces règlements auraient aussi le double effet de protéger et de conserver nos richesses naturelles.

L'hon. M. KING: J'espère que vous réussirez.

M. BYTHELL: Je veux ajouter que, à l'heure actuelle, le nombre de ceux qui viennent au Canada en avion pour y pratiquer la pêche et la chasse n'est pas aussi considérable que celui des sportsmen qui se servent des autres moyens de transport. Comme l'a indiqué M. Hains, il y a eu quelques abus qui deviennent de moins en moins fréquents.

M. HAINS: Je suis du même avis que M. Bythell et crois que le nombre d'avions étrangers qui nous arrivent est relativement petit comparé à celui des sportsmen qui viennent ici et se servent des avions canadiens.

L'hon. M. ISNOR: Puis-je vous demander qui représente la Nouvelle-Écosse à votre comité?

M. MOORE: M. Burton Tufts.

L'hon. M. ISNOR: Je croyais que c'était M. Phil Moore.

M. MOORE: Il s'agit de M. Burton Moore, du Nouveau-Brunswick.

L'hon. M. ISNOR: Merci. Je voulais féliciter M. Phil Moore, car il est un ardent sportsman.

L'hon. M. GERSHAW: Je désire attirer l'attention de M. Hains sur la chasse au faisan qui se pratique dans l'Alberta, spécialement dans les régions irriguées. C'est un sport qui attire beaucoup de touristes. Des centaines y vont chaque année. Ils retiennent des places une année d'avance et dépensent chez nous beaucoup d'argent. Un désastre s'est produit récemment qui a détruit un grand nombre de ces oiseaux, et les gens ont voulu contribuer à

repeupler les régions de faisans. Le mérite de cette initiative revient, pour une large part, à l'Association locale de chasse et pêche. J'ai l'impression qu'il y a là matière à étude quant aux moyens à prendre pour attirer plus de monde dans ces régions durant les périodes où la chasse est permise.

M. HAINS: Les prairies de l'ouest exercent un puissant attrait sur les sportsmen américains. Un très grand nombre d'entre eux s'y rendent à l'automne. Il ne faut pas oublier que nous, de l'Association canadienne du tourisme, manifestons beaucoup d'enthousiasme et accomplissons un travail considérable, tout en ayant que très peu d'argent à notre disposition. Nous unissons nos efforts à ceux de plusieurs grandes organisations, soulevons l'intérêt public et faisons des instances auprès des gouvernements provinciaux. Je serais donc fort aise de trouver un moyen d'accroître le nombre des faisans. Nous sommes à considérer la possibilité de repeupler de cailles l'ouest de l'Ontario. Nous y sommes résolus et, une fois à l'œuvre, nous réussirons certainement.

M. MOORE: Des milliers et des milliers de faisans naissent à Brooks, chaque année, au printemps, et l'Office du tourisme de l'Alberta, pendant la saison de chasse, y met toujours deux hommes à la disposition des chasseurs pour que ceux-ci soient mieux guidés. Nous en avons d'autres avec qui nous pouvons communiquer par téléphone, ou autrement, pour les avertir que des groupes de 4, 5 ou 6 sont attendus incessamment et de voir à ce que ces chasseurs soient bien dirigés et qu'ils fassent une bonne chasse. Cette méthode se pratique de plus en plus, et nous l'estimons avantageuse.

L'hon. M. GERSHAW: Je savais que vous étiez au courant que les faisans ont failli être entièrement détruits, il y a environ deux ans.

M. MOORE: C'est exact. Et les inondations en ont été la cause. Cette année-là, nous avons tâché de faire avertir le plus grand nombre possible de chasseurs que s'ils ne venaient que pour le faisan ils feraient mieux d'attendre à l'année suivante. Nous professons qu'un client mécontent ne constitue pas la meilleure des réclames.

L'hon. M. STAMBAUGH: Je désire poser une question à M. Moore. Je crois qu'il a dit que son association tâche de faire retarder l'ouverture des classes.

M. MOORE: C'est exact. Nous avons essayé de faire célébrer la fête du travail le troisième lundi de septembre au lieu du premier et, conséquemment, de reporter à la même date le jour de l'ouverture des classes. Nous voulions aussi raccourcir les vacances de Pâques et de Noël, si possible, si la chose est faisable, je veux bien appuyer là-dessus. La raison de ce changement est que nous avons à peu près partout au Canada, en septembre, la plus belle température, et pourtant la période des vacances se termine officiellement à la fête du travail. Il a dû vous arriver, comme à moi-même, messieurs, de prendre des vacances après la fête du travail, et de vivre des jours merveilleux. C'est le moment où l'on trouve facilement place dans les hôtels, où la température est souvent plus belle et où il n'y a ni mouches ni moustiques. Voilà ce à quoi tendait l'Association canadienne du tourisme, mais elle n'a pas eu beaucoup de succès.

Le PRÉSIDENT: Est-ce que les hôtels du Pacifique canadien situés dans les montagnes s'ouvriront plus tôt, cette année? Celui de Jasper ouvre le 5 juin d'habitude.

M. HAINS: Nous allons ouvrir les nôtres le 5 également, alors que nous avons l'habitude de ne commencer que le 8 ou le 9, je pense.

Le PRÉSIDENT: Vous ne songez pas à allonger la saison?

M. HAINS: Tel n'est pas le premier pas à faire pour aider M. Moore dans son travail. Une fois ce point gagné, nous pourrions aller plus loin.

Le PRÉSIDENT: Vous n'avez pas l'intention de prolonger jusqu'après la fête du travail?

M. HAINS: Il est possible que nous nous rendions au 15 septembre.

L'hon. M. ISNOR: Vous avez dit que vous avez une colonie de vacances dans l'ouest. En aurez-vous une dans l'est du Canada?

M. HAINS: Oui, ce sera dans l'Ontario. Nous avons reçu de la part de scouts les lettres les plus intéressantes. Plusieurs d'entre eux veulent gagner la récompense promise d'une expédition en forêt. Le Service de la chasse et de la pêche va désigner un typique garde-chasse et peut-être un garde forestier pour accompagner les scouts, les conduire vers les endroits les plus propices à la pêche, leur montrer du haut des airs de quelle façon l'on combat les feux le forêts, bref, leur faire comprendre ce que l'on entend par la conservation.

L'hon. M. ISNOR: Je ne m'inquiétais que de la région de l'est, voilà tout.

L'hon. M. HAINS: L'an prochain, ce sera le tour de l'Ontario.

L'hon. M. DAVIES: Puis-je demander à M. Dolan si l'Office de tourisme du gouvernement canadien s'est arrêté à l'idée de retarder la fête du travail?

M. DOLAN: Non pas en tant que service. Il y a quelques années, nous avons entrepris des démarches au nom de l'industrie touristique. A la vérité, j'ai eu l'impression que nous nous heurtions à un mur de pierre, parce que les organisations ouvrières du pays s'y opposent et c'est pour cette raison que le gouvernement est resté sourd à notre appel. Si le projet pouvait se réaliser, l'industrie de la pêche y gagnerait certainement. Cependant les démarches faites dans ce sens n'ont pas eu plus de succès ici qu'aux États-Unis. Nous en avons énormément parlé, mais en vain, et il en sera toujours ainsi tant que les organisations ouvrières ne changeront pas d'avis.

L'hon. M. DAVIES: Et dans le domaine de l'enseignement, quelle est la réaction?

M. HAINS: Précisément parce que nous, de l'industrie du tourisme, ne nous sommes jamais occupé des éducateurs et parce que ceux-ci sont au courant de cet état de choses, ils ne voudront rien changer à l'année scolaire. Au point de vue du tourisme, c'est dommage.

L'hon. M. DAVIES: C'est la même chose aux États-Unis qu'au Canada.

M. HAINS: Oui, le premier lundi de septembre. Je pense que, cette année, la date en sera le 8 septembre. Lorsqu'il arrive que ce soit le premier jour de septembre, comme la chose s'est produite il y a environ deux ans, l'industrie du tourisme subit une perte de millions de dollars, peut-être 20 ou 30.

M. MOORE: Je pense qu'aux États-Unis, l'on éprouve les mêmes difficultés que nous. Et ils ont fait les mêmes tentatives.

M. HAINS: Ils ont eu le même succès.

Le PRÉSIDENT: Quelqu'un a-t-il d'autres questions à poser? Je vous ai présenté ces messieurs à deux ou trois reprises peut-être et vous ai dit en quoi consiste particulièrement leur travail.

L'hon. M. ISNOR: Je crois que le comité devrait entendre M. Turnbull.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous quelque'autre question à poser?

L'hon. M. GERSHAW: Écoutons M. Turnbull parler des sites historiques.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Turnbull, je pense que, dans votre esprit, le sujet des sites historiques est intimement lié à la culture intellectuelle. Je crois que le festival de Stratford est sans doute quelque chose de nouveau au Canada. Si vous avez dans l'idée quelques initiatives du même genre, voulez-vous en faire part au comité?

M. BEVIS W. TURNBULL, vice-président du Comité historique et culturel de l'Association canadienne du tourisme: Monsieur le président et messieurs, permettez-moi d'exprimer ici des regrets, à l'occasion de la disparition de votre collègue, le sénateur W. H. Dennis d'Halifax. Comme je viens de la Nouvelle-Écosse, je le connaissais très bien. Je puis même dire que c'est un peu à cause de lui que je me suis si longtemps intéressé à l'industrie du tourisme en ce pays. Je me souviens d'un long entretien que nous avons eu, le sénateur Dennis, M. le sénateur Isnor, M. Leo Dolan et moi-même, il y a plusieurs années. En essayant, messieurs, de traiter devant vous de nos richesses historiques, je ne ferais qu'encourir vos foudres et je ne le veux pas. Je me bornerai à dire, et c'est une chose que vous savez tous, que la plus considérable que nous ayons, après la beauté des paysages, la pêche et la chasse, ce sont nos parcs nationaux. Les Commissions des monuments et des sites historiques au Canada ont accompli un excellent travail puisqu'ils ont réussi à conserver ces précieux sites historiques, dont les parcs nationaux font partie. Mais pendant plusieurs années on s'en est peu soucié. A l'heure actuelle, c'est le contraire, et je veux dire officiellement ici que depuis que la mise en valeur de nos parcs nationaux et sites historiques est devenue du ressort de l'Office de tourisme du gouvernement canadien, ce qui date d'environ un an, de l'avis même d'un très grand nombre de canadiens, la propagande touristique s'est nettement et considérablement améliorée. Je crois que tout le mérite en revient à l'Office de tourisme du gouvernement canadien. Il est bon de posséder de grandes richesses, mais il faut qu'elles soient mises en valeur, et c'est là le rôle important de l'Association canadienne du tourisme.

Maintenant, en outre des sites que je viens de mentionner, il y en a beaucoup d'autres qui ont été établis et mis en valeur dans une certaine mesure par les gouvernements provinciaux. Mais, par dessus tout cela, il existe véritablement, de l'île de Vancouver à Terre-Neuve, des centaines d'endroits historiques remarquables dont plusieurs semblent déjà être tombés en ruine et plusieurs autres qui sont sur le point de subir le même sort, à moins que l'on ne fasse quelque chose pour remédier à la situation.

Il y a bien des sociétés historiques. Certains services de l'administration y sont intéressés jusqu'à un certain point. Mais ce dont nous avons besoin dans le moment, messieurs, c'est que le peuple canadien tout entier se réveille et pas seulement ceux que le tourisme touche de près. La restauration de ces monuments historiques est importante non seulement pour l'avancement de l'industrie touristique à laquelle nous sommes tous intéressés, mais encore au point de vue culturel. C'est à peu près tout ce que j'ai à dire sur le sujet.

Le rapport de M. Moore a trait aux diverses phases de l'assemblée annuelle de l'Association canadienne du tourisme, à Vancouver, en octobre dernier. Ce rapport de quatre pages, je pense, contient les conclusions du Comité historique et culturel de l'Association canadienne du tourisme. Je n'ai pas l'intention de passer tout ce rapport en revue. Je me contenterai de citer un ou deux exemples de ce qui peut être accompli.

Comme vous le savez, il y a, dans la ville de Toronto, le fort York. C'est un endroit historique des plus célèbres. N'eut été l'intervention des membres de cette association, dans l'Ontario, deux de ces bâtisses seraient devenues la proie des démolisseurs. C'était une question de jours. Il y a quelque temps, quelqu'un a parlé à l'un de nos membres au sujet de la maison de Laura Secord. Avant qu'on ait eu le temps de prendre une décision, un incendie a détruit la maison. Et pourtant, cette maison était précieuse. Chacun sait qu'une manufacture canadienne de chocolats a fait de ce nom sa marque de fabrique. Cela aurait suffi pour donner à la maison une inappréciable publicité pendant des années. Mais il est trop tard.

La maison John Brown, à Chatham, est un autre exemple à citer. Deux membres ontariens de notre association ont fait des démarches auprès de la ville de Chatham et ailleurs. Cette fois encore, ce ne fut qu'au moment où les démolisseurs allaient se mettre à l'oeuvre que l'on a décidé de faire le nécessaire. Je crois que la province d'Ontario avait offert son appui. Toutefois, après avoir examiné la maison, l'on a découvert que les murs étaient en si mauvais état, qu'il était devenu inutile d'essayer de la sauver.

Il est temps que cesse l'apathie générale envers nos richesses historiques. Je veux résumer ici toute la question. Comme l'a si souvent dit M. Dolan, l'industrie du tourisme est passée à l'état de combat, et pour deux raisons: la première est que la somme d'argent dépensée par les États-Unis et d'autres pays, pour attirer les touristes hors du Canada, est colossale. Nous avons donc l'obligation de faire une contre-attaque, une concurrence qui parte de ce côté-ci de la frontière. C'est ce sur quoi l'on a insisté lors de la conférence fédérale-provinciale du tourisme, en décembre dernier, puisqu'il entre au Canada, chaque année, quatre-vingts millions de périodiques américains. Je dis bien quatre-vingts millions. Et il y en a quarante millions, environ la moitié, qui contiennent de la réclame faite dans le but de pousser les Canadiens à visiter chacun des États de la république voisine tout autant que les autres pays du monde. Nous avons l'avantage que le Canada soit situé au nord d'un pays où il y a 150 millions de gens disposés à voyager, car tels sont les Américains. Mais il est malheureux que nous ayons à faire face à une double concurrence. Sommes-nous prêts à la lutte? Pour cela il nous faut former un plan d'attaque qui soit basé sur trois choses: direction, coopération et coordination.

C'est grâce à vous, messieurs si, en 1934, un comité du tourisme du Sénat a été formé,—M. Dennis en était le président, je crois,—et c'est de ce comité qu'est né l'Office de tourisme du gouvernement canadien. Je propose respectueusement que ce soit encore vous qui, en 1954, jetiez les bases d'une organisation nouvelle propre à coordonner les efforts pour mieux combattre cette formidable concurrence.

LE PRÉSIDENT: Merci. Quelqu'un a-t-il d'autres remarques à faire? Monsieur Smith, avez-vous quelque chose à dire?

M. ARTHUR B. SMITH: Monsieur le président, j'ai suivi les délibérations avec beaucoup d'intérêt. Je représente ici le comité de réclame qui a été formé il y a environ cinq ans avec l'idée que le facteur publicité, au Canada, peut fort bien s'illustrer au moyen d'un triangle. Un trait au centre du triangle représente la forte réclame faite par l'Office de tourisme du gouvernement canadien ainsi que les compagnies de transport dont les réseaux s'étendent d'une extrémité à l'autre du Canada dont elles mettent toutes les régions en lumière. Au-dessous, dans l'espace qui se rétrécit, se trouvent les représentants de chacune des provinces. En regardant encore plus bas, on en arrive à la réclame locale faite, par exemple, par les compagnies d'huile et les grands magasins qui sont vivement intéressés à l'industrie du tourisme. La partie supérieure du triangle est consacrée à l'idée que nous nous faisons du travail important qui incombe à l'initiative individuelle. Quant aux initiatives de plus grande envergure, elles sont du ressort des trois compagnies de transport, y compris la *Canada Steamship Lines*, qui évidemment peuvent se passer des directives de ce comité. Mais l'individu, qui exploite un établissement pouvant accommoder au plus de cinquante à soixante-et-quinze personnes et qui n'a pour tout partage que l'imprimerie locale, a besoin de conseils pour améliorer la qualité de sa réclame, dépliants et autres moyens de publicité. Voilà celui dont notre comité est responsable.

Dans ses remarques, le président a fait allusion au rapport du comité qui a été présenté dans ce but précisément. J'étais le président du comité dont

les membres étaient vivement intéressés à la propagande hôtelière et au tourisme, aux documentaires cinématographiques, à l'annonce par l'image, les journaux, etc. Dix mille copies du rapport ont été distribuées de diverses façons. Les autorités provinciales et le service de M. Dolan nous ont apporté leur collaboration, et les commentaires qui nous ont été adressés indiquent que nous avons accompli de la bonne besogne. L'excellence de notre travail a été reconnue puisque grâce à nos efforts il y a eu une amélioration sensible de la réclame individuelle qui est essentielle au succès des grandes organisations, puisque le touriste veut savoir où il sera dirigé, la qualité des hôtels où il descendra et le prix qu'il aura à payer et c'est là le rôle du petit exploitant.

L'hon. M. ISNOR: Lorsque vous parlez du comité de réclame, je prends pour acquis que cela comprend la radio?

M. SMITH: Le rapport couvre toutes les formes de réclame, sauf la télévision qui n'était pas encore en usage au moment de sa publication.

L'hon. M. ISNOR: De toute façon, la radio est incluse.

M. SMITH: Certainement.

L'hon. M. ISNOR: J'ai écouté avec intérêt ce qu'à dit M. Turnbull, au sujet des parcs nationaux. Deux autres témoins ont aussi parlé de ces parcs comme d'une chose vraiment extraordinaire. Je me demande quelle a été la réaction lorsque, l'an dernier, l'on a abordé ce sujet à la radio. Les résultats ont-ils été tels qu'on s'y attendait?

M. SMITH: Je pense que M. Dolan est plus en mesure de répondre à cette question.

L'hon. M. ISNOR: Si vous le permettez, monsieur le président, je vais poser la question à M. Dolan.

M. Moore a parlé des hôtels et des repas qu'on y sert. Je me demande si l'on a suffisamment insisté sur ce point. Bien que je ne sois pas en faveur de nos lois concernant les liqueurs, et j'aimerais savoir ce qu'en pensent les touristes et si vous recevez des plaintes à ce sujet.

L'hon. M. HAIG: La vente devrait se faire assez librement pour permettre aux touristes de s'en procurer.

M. MOORE: L'Association canadienne du tourisme, monsieur le sénateur, fait tout son possible pour que les restaurants soient plus propres, les repas meilleurs et typiquement canadiens. Il arrive que nous ayons des plaintes, et je suis certain que le service de M. Dolan en reçoit aussi.

L'hon. M. ISNOR: Quelle sorte de plaintes?

M. MOORE: Elles ont trait aux repas mal servis et aux restaurants où la propreté laisse à désirer. Nous nous efforçons de faire à nos membres des recommandations dans ce sens et je crois que, graduellement, nous obtenons des résultats satisfaisants.

L'hon. M. DAVIES: Monsieur Moore, n'y a-t-il pas dans chaque province des inspecteurs chargés de voir à ce que les établissements soient propres?

M. MOORE: Oui, dans ma province, il y en a et dans les autres également, j'en suis sûr. Néanmoins, l'on pourrait servir des repas plus fins et, en certains cas, de meilleurs repas, particulièrement dans les petits restaurants où l'on mange un morceau sur le pouce. Nous tâchons d'améliorer les choses et je pense que nous réussissons dans une certaine mesure. Voilà ce que nous prêchons au cours de la "semaine du tourisme". Dans l'Alberta, à Calgary, il y a une école ménagère sous la direction de l'Institut provincial d'art et de technologie. On y enseigne aux cuisiniers à mieux préparer la nourriture et à la mieux servir.

Quant aux lois des liqueurs, voilà une question délicate à laquelle il est difficile de répondre. Toutefois, les autorités touristiques reçoivent de temps à autre des plaintes de la part de touristes qui prétendent qu'ils n'ont pas pu se faire servir de cocktails dans les bars, comme ils l'auraient voulu, ou qu'ils n'ont pu avoir de l'alcool aux repas.

L'hon. M. DAVIES: Ces plaintes sont-elles nombreuses?

M. MOORE: Peut-être quelques-unes dans tout le Canada.

L'hon. M. DAVIES: Je ne crois pas qu'il y ait lieu de modifier nos lois des liqueurs dans le seul but d'attirer les touristes.

Le PRÉSIDENT: Monsieur, avez-vous quelque chose à dire?

M. D. C. BYTHELL: Monsieur le président, je n'ai qu'une petite remarque à faire. Je représente ici le Comité de l'aviation de l'Association canadienne du tourisme. Je crois devoir dire que le transport aérien compte parmi les industries les plus nouvelles et celles qui progressent le plus rapidement dans le monde, à l'heure actuelle. Il est inutile de représenter devant vous, honorables sénateurs, le progrès formidable qui s'accomplit dans ce domaine. M. Moore vous a exposé quel est en somme le travail que fait le comité d'aviation de l'association touristique au Canada. Je veux ajouter que le but que nous poursuivons est de nous servir de cette progressive industrie de l'aviation pour préparer l'avenir et assurer l'expansion de l'industrie du tourisme au Canada. Merci.

Le PRÉSIDENT: Voulez-vous poser une question?

L'hon. M. CRERAR: Oui, j'ai une remarque à ajouter, si vous me permettez. Il s'agit de la discussion qui s'est élevée tout à l'heure au sujet des restaurants, des repas, etc. Je pense que le sujet est important. Les touristes voyagent pour la plupart en automobile. Pour ce qui est des restaurants et des repas que l'on sert aux touristes, etc., les conditions dépassent tout ce que l'on pourrait imaginer. On a l'impression que les gens qui dirigent ces établissements ont fait faillite partout ailleurs et que, en désespoir de cause, ils ont cru qu'ils pourraient préparer des repas et attirer les touristes. Ces remarques s'appliquent également aux postes d'essence, où les cabinets sont souvent dans un état lamentable. Lorsqu'un touriste américain entre dans un restaurant où on lui sert un repas mal préparé et où il est ahuri par le tintamarre d'une boîte à musique, il ne trouve pas cela bien attrayant.

Voici ce que je pose (J'ignore si l'association a été saisie de cette affaire ou non.) Que l'on songe à un moyen de classer ces restaurants et qu'on leur accorde un permis portant les catégories "A", "B" et "C". Aujourd'hui, en Europe, aux Îles Britanniques, par exemple, il y a moyen d'avoir un guide où se trouve une liste des divers établissements avec les prix qui sont proportionnés au service qu'on y donne de façon que le touriste sache parfaitement de quelle manière on le servira. Si l'on pouvait avoir quelque chose d'analogue en notre pays et si on pouvait améliorer la situation aux postes d'essence qui devraient avoir un permis, cela constituerait un progrès marqué. Nulle part ailleurs a-t-on besoin, pour l'expansion de l'industrie touristique, de servir des repas plus convenables et de procurer plus d'agrément à tous ceux qui viennent ici pour voir ce que sont nos soi-disant attraits touristiques.

Le PRÉSIDENT: Autre chose, messieurs? Je suis de votre avis sur ce point, monsieur le sénateur. Je pense que d'ici la fin de la session, nous pourrions faire quelque chose dans le sens que vous indiquez. Il existe, n'est-ce pas, une Association nationale des hôtels et des restaurants?

M. MOORE: Oui.

Le PRÉSIDENT: Nous pourrions prier une couple de ses représentants de venir discuter avec nous cette question des repas et des hôtels. Plus tard, nous pourrions sans doute, avec l'aide de M. Dolan, en arriver à résoudre le problème.

J'ai l'impression que nous avons fini d'entendre les représentants de l'Association canadienne du tourisme. A titre de président du comité, je veux vous dire que nous vous sommes reconnaissants, Messieurs, d'avoir bien voulu nous faire part de vos constatations. J'espère que vous ne nous en voudrez pas de vous avoir interrogés de façon assez serrée, à certains moments, lorsqu'il s'est agi de choses qui ni figuraient pas au rapport. Vous comprendrez que les sénateurs veulent des renseignements, qu'ils veulent en savoir le plus possible au sujet de l'industrie du tourisme, afin de faire des recommandations qui soient de nature à en assurer l'expansion et l'amélioration. Nous vous remercions beaucoup, monsieur.

M. MOORE: Permettez-moi d'ajouter, monsieur, que l'Association a été très heureuse d'envoyer ici des représentants pour vous permettre de les interroger et si, dans l'avenir, nous pouvons encore vous aider, nous serons à votre disposition. L'Association canadienne du tourisme croit que le tourisme au Canada est une grande industrie qui promet de grandir davantage et c'est le but que nous nous proposons. Pour y arriver, nous avons besoin de votre appui et de celui de tous les autres.

Le comité s'ajourne jusqu'à demain à 11 heures du matin.

TÉMOIGNAGES

LE SÉNAT

OTTAWA, jeudi 11 février 1954.

Le Comité permanent du tourisme, autorisé à faire enquête sur l'industrie touristique, se réunit aujourd'hui à 11 heures du matin.

L'hon. M. Buchanan préside.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, nous sommes en nombre. Veuillez bien faire silence afin que nous commencions. Nous avons convenu, je crois, d'entendre d'abord M. Dolan.

M. D. LEO DOLAN, directeur de l'Office canadien de tourisme du gouvernement canadien: Monsieur le président, honorables messieurs, j'éviterai autant que possible le terrain parcouru hier par M. Moore. Si vous me le permettez, je vous fournirai seulement quelques renseignements sur des choses de notre ressort qui se sont passées au cours de l'année écoulée.

Le commerce touristique a connu un beau succès au Canada l'an dernier. Les chiffres que j'ai pu recueillir indiquent une augmentation de près de 10 p. 100 du nombre de visiteurs venus au Canada en 1953, ce qui représente, je crois, les chiffres les plus intéressants de toutes les régions touristiques du continent nord-américain durant cette même année. L'année 1953 a été inégale au point de vue du tourisme dans plusieurs parties du continent. Ceci, naturellement, s'explique en grande partie par un des éléments dont a parlé hier M. Moore, c'est-à-dire par la concurrence des agences en dehors des États-Unis pour le dollar qui sera dépensé par le touriste dans ce pays, et plus particulièrement encore, par la campagne intense que mènent actuellement les agences de voyage et de tourisme à l'intérieur des quarante-huit États. Probablement la plus forte concurrence qui nous a été faite l'an dernier au point de vue des visiteurs aux portefeuilles bien garnis nous est venue de l'Europe. Je dirais que nos compétiteurs au deuxième rang d'importance sont les îles Bahama et les Antilles. Il y a toujours, évidemment, la concurrence de la Floride, qui attire un grand nombre de Canadiens à cette époque de l'année. Je me trouvais à la Barbade voilà dix jours; j'avais été prêté à son gouvernement. Ce Comité sera peut-être étonné d'apprendre que je suis censé être un spécialiste en matière de tourisme; apparemment, c'est ce qu'on a pensé à Barbade. Les autorités m'ont dit que 70 p. 100 des gens qui visitaient leur pays étaient des Canadiens. A l'hôtel où je pensionnais, 80 p. 100 des personnes qui s'y trouvaient venaient, d'après moi, de notre pays. Je mentionne ces choses parce que je désire déclarer devant le Comité du Sénat, ce matin, que les chiffres qui m'ont été remis hier par le Bureau fédéral de la statistique donnent qu'environ 25,500,000 Canadiens sont sortis du pays l'an dernier, la plupart allant en vacances. Le nombre de visiteurs venus au Canada l'an dernier a dépassé un peu 28 millions. J'ai obtenu ces chiffres en fonction surtout de certaines questions posées ici par le sénateur Haig, hier, et qui avaient trait aux dépenses des Canadiens en dehors du pays au cours de l'année dernière et, au fait, au cours des deux ou trois dernières années.

Ceci provient de deux choses. D'abord, notre dollar canadien est à prime. Lorsque le dollar américain était à prime, il s'est dépensé plus d'argent par les touristes américains dans ce pays que jamais auparavant. Ce fut

surtout le cas alors que le dollar canadien était stabilisé à 10 p. 100 de moins. Je ferais remarquer que, l'an passé, plus de visiteurs américains sont venus au Canada qu'à n'importe quel autre moment de notre histoire. Nous recevons chaque année au Canada un nombre de plus en plus grand de visiteurs. Cela vient, je crois, des efforts conjoints des organismes fédéraux, provinciaux et privés tels que les compagnies de chemins de fer, de navigation, d'autobus et d'aviation. Notre programme concentré de publicité fait venir chaque année un plus grand nombre de gens au Canada. Cependant, l'an dernier, comme ce fut le cas l'année précédente, les dépenses par tête des touristes étrangers n'ont pas été aussi considérables qu'au cours des années d'abondance qui ont succédé immédiatement à la guerre. Tout le marché du tourisme a changé. Le touriste ne vient plus au Canada la main remplie d'argent qu'il est prêt à dépenser libéralement. Il est en quête des aubaines car il cherche à obtenir ce qu'il y a de mieux pour sa monnaie. Le jour est disparu où la personne engagée dans le commerce du tourisme pouvait se croiser les bras et dire: "Eh bien, ils viendront quand même". Au fait, ils ne viendront pas quand même. La région qui fait la meilleure publicité et qui donne les meilleurs services aux moindres frais est celle qui obtient le plus fort commerce.

Puis-je parler encore de ce que j'ai vu il y a quelques semaines? Le dollar canadien vaut \$1.74 à la Barbade. J'ai demandé à des Canadiens qui s'y trouvaient pour leur agrément,—je m'empresse de dire que moi j'y étais pour affaires, bien que c'était un moment bien choisi de l'année pour s'y trouver pour affaires,—pourquoi ils avaient choisi cet endroit. Ils m'ont répondu que l'île Barbade était devenue l'une des îles des Antilles où les vacances coûtaient le moins cher. Ils y obtenaient plus et mieux pour leur argent qu'à Nassau ou aux Bermudes. Je n'aime pas faire des comparaisons publiquement; je mentionne donc ces choses au profit du Comité, mais nullement dans le dessein de nuire en quoi que ce soit au commerce de Nassau ou des Bermudes. Je ne fais que rapporter des faits.

Nous avons concentré nos efforts, au cours des quelques dernières années, à amener un plus grand nombre de Canadiens à visiter davantage leur propre pays. Je crois que nous avons réussi sous ce rapport dans une certaine mesure. Mon collègue, M. Hutchison, des parcs nationaux, vous dira,—ou, au cas où il ne le ferait pas, peut-être ferais-je mieux de le dire moi-même,—que nous avons, pour la première fois dans notre histoire, dépassé les trois millions quant au nombre des personnes ayant visité nos parcs nationaux. J'oserais dire qu'environ 28 p. 100 de ces visiteurs étaient des Américains. Cela signifie que le plus grand nombre étaient des Canadiens. Pour moi, voilà une constatation agréable à faire. Je ne voudrais pas parler trop longuement des parcs nationaux, car M. Hutchison en connaît plus long que moi sur le sujet. Je tâche simplement de les faire connaître. Nous avons fait cette publicité dans l'espoir d'engager les Canadiens à voir un plus grand nombre des choses dont ils paient les frais et pour lesquelles nos gouvernements, anciens et actuels, devraient être hautement félicités.

Pendant la discussion d'hier, un des sénateurs a posé une question dans le genre de celle-ci: qu'est-ce que nous offrons au touriste en guise d'aubaine ou de prix spécial? Eh bien, le Canada n'offre aucun prix d'aubaine au touriste. Le Canada offre les formes les plus variées de récréation de n'importe quelle partie du continent nord-américain. Nous avons diverses choses à offrir aux touristes. Nous voulons savoir d'eux, chaque année, ce qu'ils pensent et ce qu'ils désirent. Qu'est-ce qui leur plaît au Canada? Je suis fier de vous dire, honorables sénateurs, qu'au cours de la dernière année, nous nous sommes occupés, à l'Office canadien du tourisme, de plus de 430,000 demandes de renseignements. Vous croirez peut être que je suis un peu vantard quand je prétends devant vous que ce chiffre n'a pas été atteint par aucun autre bureau

de tourisme dans l'univers. Je sais bien qu'aucun des organismes de voyage qui me font parvenir leurs chiffres ne peut prétendre s'être occupé d'autant de demandes de renseignements. Il est assez difficile de s'occuper de plus de 400,000 demandes par année et de rendre en même temps aux visiteurs éventuels le genre de service qu'un organisme de l'État devrait donner.

L'hon. M. BEAUBIEN; Qu'entendez-vous par cette expression: s'occuper les demandes?

M. DOLAN: Fournir les renseignements demandés, sénateur Beaubien. Il faut une bonne organisation pour pouvoir répondre à autant de demandes. L'an dernier, nous avons distribué 200,000 questionnaires. Nous voulions savoir si les touristes aimaient le Canada, par quels moyens ils y sont venus et combien de temps ils y sont demeurés. Nous sommes très désireux de connaître ce qui leur a plu davantage et combien ils ont dépensé. J'aimerais vous rapporter un ou deux résultats du questionnaire que nous avons distribué. Les réponses sont rentrées dans la proportion de 13·4 p. 100, ce qui est très bien pour un questionnaire. Cette année, nous avons affranchi d'avance les réponses à un grand nombre de lettres que nous avons envoyées et c'est là la raison, je crois, pour laquelle nos visiteurs américains ont répondu en plus grand nombre que par le passé. Dans les réponses, nous avons relevé 517 plaintes relativement à nos routes. C'est le plus grand nombre de plaintes sur un service particulier au Canada.

Nous avons reçu 4,900, ou près de 5,000 réponses. Cinq cent dix-sept touristes ont dit qu'ils n'aimaient pas nos routes, 143 ont dit que le logement n'était pas de leur goût, 118 n'ont pas aimé nos aliments. Seulement 101 personnes se sont plaintes des prix au Canada. Je pense que cela dépendait en grande partie du fait que notre dollar est à prime. Seulement 39 visiteurs nous ont fait grief de notre manque de courtoisie. Vingt-huit ont prétendu que le paysage n'était pas aussi beau que nous le disions. Il arrive parfois que nous employions quelques superlatifs dans nos écrits publicitaires afin de tenir le pas avec nos frères américains; autrement, on nous ferait disparaître de la carte tout à fait. Cent vingt-neuf personnes ont dit que la pêche ne répondait pas à nos promesses. Vingt et un n'ont pas aimé la chasse chez nous. Et voici qui me plaît en raison d'une remarque qui a été faite hier: seulement 19 personnes se sont plaintes de nos agents d'immigration, et seulement 37, de nos agents de douane. A titre d'employé du Service civil, je suis fier de cela, car ce sont là deux services du commerce touristique dont nous avons raison de nous enorgueillir. Si, des 5,000 personnes ayant répondu, seulement 19 ont eu quelque critique à faire au sujet des agents d'immigration et seulement 37 au sujet des douaniers, je crois que nous devrions nous réjouir grandement d'une telle situation.

L'hon. M. CRERAR: Quel genre de plainte a-t-on faite sur nos routes?

M. DOLAN: Surtout que nos routes n'étaient pas construites pour toute saison, qu'elles étaient raboteuses, que les travaux de construction sur nos routes leur créaient des ennuis quand ils devaient se préparer à faire un détour.

L'hon. M. CRERAR: Se sont-ils plaints que les routes étaient poussiéreuses?

M. DOLAN: Oui.

L'hon. M. BAIRD: S'agissait-il surtout des routes de l'Ouest?

M. DOLAN: Je crois pouvoir dire honnêtement que les plaintes portaient sur les routes à travers le pays, plus dans l'Ouest que dans l'Est, parce que les provinces de l'Ouest entreprennent un vaste programme routier, et quand de tels travaux sont en cours, nous recevons plus de plaintes à cause des travaux de construction. Pour 2,917 touristes, les routes étaient bonnes; 3,802 ont déclaré que le logement était convenable; 3,851 n'avaient aucune plainte sur les aliments; 2,772 ont dit que nos prix répondaient à leur attente. A

propos de la courtoisie du peuple canadien, 4,315 des quelque 5,000 ont répondu que cette courtoisie était telle qu'ils l'espéraient; 2,450 ont trouvé notre paysage aussi beau que nous l'avions annoncé. Trois cent soixante-treize personnes ont louangé la chasse et la pêche au Canada; 862 ont eu des paroles favorables à l'endroit des agents de douane et 951 à l'endroit des agents d'immigration.

Je vous cite ces chiffres car, à tout prendre, l'image qui se dégage de tout ceci est celle d'une industrie canadienne de la récréation ayant fait des progrès au cours des dix ou quinze dernières années, d'une amélioration du service, des repas, du logement et des routes. Nous n'avons jamais eu à améliorer beaucoup notre courtoisie ou les services de douane ou d'immigration.

Je crois vous avoir parlé des visiteurs à nos parcs nationaux.

Une autre chose que j'aimerais mentionner et qui a trait aux questionnaires dont j'ai parlé, c'est qu'en 1953, nous avons calculé que 60 p. 100 des personnes qui nous ont écrit pour demander des renseignements sont venues effectivement au Canada, et que 27 p. 100 y sont venues pour la première fois. De tous ceux qui nous ont écrit l'an dernier, 98 p. 100 ont indiqué d'une façon générale que les renseignements que nous leur avons fournis étaient satisfaisants. Des personnes dont nous nous étions occupés, 96 p. 100 sont venues en automobile cette année-là. En 1953, la proportion était de 90 p. 100 de ceux qui nous ont écrit, ce qui donne environ 3.3 personnes par automobile. Ces gens sont demeurés une moyenne de neuf jours et ont dépensé \$6.50 par jour. Voici un autre chiffre qui m'étonne: 90 p. 100 des visiteurs au Canada, c'est-à-dire des gens dont nous nous sommes occupés, ont déclaré être descendus dans des endroits où il leur fallait payer, tandis que seulement 10 p. 100 ont été logés par des amis ou des parents. Ordinairement, le pourcentage de touristes demeurant chez des amis ou des parents est un peu plus élevé. Ainsi, l'année dernière a été exceptionnellement bonne de ce point de vue.

Trente pour cent des touristes déclarent avoir visité nos parcs nationaux. Certains d'entre eux ont sans doute visité les parcs provinciaux également, mais ceux-ci n'étaient pas inclus dans notre questionnaire. Nous avons découvert que la meilleure publicité pour le Canada est celle qui se fait de vive voix. Nous avons dépensé beaucoup d'argent auprès des revues, des journaux, de la radio et autres moyens de publicité pour la réclame, mais si nous réussissons à amener au Canada un client satisfait, c'est-à-dire un touriste satisfait, celui-ci ressemble à un client satisfait qui retourne acheter de la marchandise dans une grande entreprise commerciale au Canada.

L'an dernier, les conseils d'amis ont joué un rôle à peu près parallèle à celui de notre réclame. Environ 37 p. 100 des gens ont déclaré qu'ils étaient venus au Canada parce que des personnes qui y étaient venues auparavant le leur avaient conseillé leur disant que c'était un endroit délicieux pour y séjourner et s'amuser.

Notre réclame en a amené 26.3 p. 100, c'est-à-dire des gens qui avaient lu notre réclame, et 21 p. 100 ont écrit qu'ils avaient lu de la réclame sans dire si c'était la nôtre, c'est pourquoi nous n'attribuons pas ce nombre à nos efforts. Nous avons attribué leur visite à la réclame sans la rattacher à une publicité particulière.

Je ne crois pas qu'il faille vous ennuyer plus longuement en vous citant une longue liste de chiffres. Je serais prêt maintenant...

L'hon. M. HAIG: Avant d'abandonner ce point-là, monsieur Dolan, voudriez-vous nous dire en un mot comment vous calculez le nombre de touristes entrant au Canada?

M. DOLAN: Nous obtenons les chiffres du personnel de l'immigration et de la douane.

L'hon. M. HAIG: A supposer qu'ils viennent pour une journée, qu'ils fassent un tour en automobile, puis qu'ils retournent?

M. DOLAN: Ce visiteur n'est pas classé un touriste.

L'hon. M. HAIG: Bien, alors comment vous basez-vous pour classer les touristes?

M. DOLAN: Tous les chiffres dont nous nous servons viennent du Bureau fédéral de la statistique. Le Bureau enregistre les personnes qui ne séjournent pas plus de vingt-quatre heures au Canada et les touristes qui prennent un permis de véhicule à voyageur parce qu'ils comptent demeurer au Canada quarante-huit heures ou plus. Les personnes qui passent moins de quarante-huit heures au Canada représentent environ 80 p. 100 de notre clientèle touristique. Seulement, ils n'apportent que 15 p. 100 de l'argent dépensé par les touristes au pays. La plupart de nos visiteurs ne restent pas longtemps, mais le gros des dépenses est fait quand même par les visiteurs qui viennent séjourner un peu de temps au Canada. Ce sont ceux qui entrent avec un permis de véhicule de voyageur et qui apportent 80 p. 100 de notre revenu touristique.

L'hon. M. EULER: Comment savez-vous combien un touriste dépense au Canada?

M. DOLAN: Le Bureau fédéral de la statistique prétend être organisé d'une façon complète et il emploie des méthodes scientifiques pour arriver à tous ces chiffres. Il peut donc donner un chiffre représentant assez exactement le montant dépensé par les visiteurs au Canada.

L'hon. M. EULER: Je suppose que notre personnel, à la frontière, demande au touriste qui quitte le pays combien il a dépensé.

M. DOLAN: Non, nos agents remettent une carte au touriste qui traverse la frontière pour retourner chez lui. Je crois que nous avons commencé d'agir ainsi, monsieur Euler, pendant que vous étiez ministre. Cette carte ressemble un peu au questionnaire que nous envoyons et sur lequel le touriste mentionne la durée de sa visite au Canada et le montant qu'il y a dépensé. Il y a des milliers et des milliers de ces cartes au Bureau fédéral de la statistique et je proposerais respectueusement qu'un jour les membres du Comité se rendent au Bureau voir comment on s'y prend pour en arriver éventuellement à ces chiffres. Je ne suis pas statisticien et je préférerais donc de beaucoup que toute question à cet égard soit adressée au personnel du Bureau. J'ai souvent dit qu'à mon point de vue les chiffres fournis par le Bureau sont un peu bas et, à cause de cela, on ne m'aime pas là-bas. Nous avons analysé certains renseignements fournis dans le questionnaire,—j'avouerai que c'était un petit travail à comparer à celui du Bureau,—et les résultats étaient presque identiques à ceux que l'Office de tourisme a obtenus sauf une légère augmentation des dépenses moyennes. Les questionnaires qui nous sont revenus ont révélé 3,200 automobilistes ayant demeuré au Canada 27,000 jours au total. Le nombre total de personnes dans ces 3,200 automobiles était de 10,000; les renseignements portent qu'elles ont dépensé \$852,262. La durée du séjour a été en moyenne de 8.6 jours par automobile. Le nombre moyen de voyageurs par automobile était de 3.2 et les dépenses par automobile de \$264.10. Les dépenses moyennes par personne étaient de \$83.59, ce qui donne une dépense moyenne par personne, par jour, de \$9.72.

Chose assez étonnante, alors que nos chiffres sont un peu plus élevés, ils ne le sont pas tellement plus que ceux du Bureau fédéral de la statistique, qui emploie les méthodes scientifiques pour en arriver au montant d'argent et au nombre de visiteurs venus au Canada. Nos chiffres nous donnent peut-être un dollar de plus par jour. On nous dit que nous avons la crème.

L'hon. M. DAVIES: Est-ce que la Foire commerciale attire beaucoup d'Américains au Canada?

M. DOLAN: Oui, en effet. Nous insérons une petite annonce dans les revues, telles que *Time* et *Newsweek*, disant que la Foire aura lieu à Toronto à telle date.

Je ne crois pas, messieurs, devoir vous laisser davantage. Vous avez été assez aimables, ces dernières années, de me poser des questions sur certains points que j'ai mentionnés. Si vous avez des questions à poser, je serai heureux d'y répondre.

Le PRÉSIDENT: A propos de l'entrée des touristes au Canada aux divers ports d'entrée, vous vous souvenez peut-être que M. Marshall, statisticien fédéral, est venu témoigner devant nous voilà un an ou deux.

M. DOLAN: Oui, je me souviens.

Le PRÉSIDENT: Il a été mentionné, à ce moment-là, que les gens qui venaient de Détroit à Windsor et de Buffalo à Welland ou à Fort-Erié étaient compris dans la liste d'Américains entrant au Canada à titre de touristes.

M. DOLAN: En effet.

Le PRÉSIDENT: Je crois même que les personnes passant aux ports d'entrée en autobus étaient comprises. Est-ce que le cas est toujours le même?

M. DOLAN: Non. Pour autant que je sache, on ne tient pas compte de l'entrée des autobus aux ports quand il s'agit de compiler les dépenses faites par les touristes. Les voyageurs sont pourtant comptés parmi les personnes entrant au Canada; on me dit qu'il faut les compter. Quand une personne traverse la frontière, même si elle ne doit rester au pays qu'une heure ou deux, aux fins de la statistique elle est entrée au pays et il faut l'enregistrer; seulement, cette personne ne figure pas dans la statistique des dépenses par les touristes.

L'hon. M. BAIRD: Quel est l'effet des motels sur le commerce touristique des hôtels?

M. DOLAN: Je crois qu'ils ont une répercussion considérable dans les affaires des hôtels; les hôteliers s'accordent avec moi là-dessus. C'est là le grand problème auquel les hôteliers doivent faire face de nos jours, puisque les motels sont devenus presque aussi populaires dans notre pays qu'ils le sont en Floride depuis deux ou trois ans. Pour citer un exemple, j'étais au Nouveau-Brunswick dernièrement et j'ai vu à Woodstock un motel dont le chiffre d'affaires atteint cent mille dollars. Et c'est la même chose dans la région de London-Toronto et dans la province de l'Alberta, que connaît bien M. Hutchison.

L'hon. M. EULER: La tendance au Canada est-elle la même qu'aux États-Unis, c'est-à-dire est-ce que les motels chargent presque aussi cher que les hôtels?

M. DOLAN: Je crains fort que ce ne soit le cas. Les motels ont acquis tellement de popularité que les propriétaires ont pu augmenter les prix au niveau de ceux des hôtels.

L'hon. M. DAVIES: Mais cela n'est pas le cas aux États-Unis, n'est-ce pas?

M. DOLAN: Non, en effet.

L'hon. M. BAIRD: C'est le cas en Floride maintenant.

L'hon. M. EULER: J'en conviens.

L'hon. M. BEAUREGARD: Mais est-ce que ça ne coûte pas encore moins cher de descendre dans un motel que dans un hôtel?

L'hon. M. BAIRD: Oh, non.

M. DOLAN: En Floride, par exemple, les motels sont aussi somptueux que bien des hôtels.

On m'a fait remarquer, l'autre jour, que les prix dans les motels devenaient aussi élevés que dans les bons hôtels, sauf dans la région de la Nouvelle-Angleterre, ce qui pose un problème pour nous, en Ontario et en Québec. Comme mes amis du Québec doivent savoir, les gens du Vermont sont assez fins et ils ne haussent pas leurs prix. Certains de nos amis américains qui passent par cette région descendent dans des motels du Vermont où ils paient moins cher que dans les provinces centrales du Canada. Ceci nous crée un problème dans nos efforts pour garder le touriste américain au Canada.

L'hon. M. DAVIES: N'est-il pas vrai que, depuis deux ou trois ans, un certain nombre de propriétaires d'hôtels au Canada ont construit des motels ou en ont acquis la direction?

M. DOLAN: C'est vrai, monsieur le sénateur. Cette pratique a commencé aux États-Unis. Plusieurs propriétaires d'hôtels ont cru qu'ils feraient mieux d'avoir un pied dans l'entreprise des motels; ils ont donc construit de beaux motels hors des limites des villes et, à leurs hôtels, ils affichent toujours l'annonce de "chambres vacantes". "Alors, disent-ils, quand le visiteur entre, nous lui disons que nous n'avons pas une chambre vacante mais que nous pouvons l'envoyer à l'hôtel Grand Union",—qui leur appartient également. Je sais qu'un ou deux directeurs d'hôtel dans ce pays ont déjà recommandé à leur conseil d'administration d'agir dans le même sens.

L'hon. M. BAIRD: Ce serait peut-être là la réponse aux augmentations des prix dans la plupart des hôtels.

M. DOLAN: Je l'ignore, sénateur Baird. Mais je n'ignore pas que tous ceux qui sont engagés dans le commerce du tourisme au Canada devront surveiller étroitement leurs prix afin que ceux-ci ne s'écartent pas de la moyenne. Comme je l'ai dit au début, nous ne sommes plus à l'époque où les gens ne se donnaient pas la peine de chercher les aubaines; le marché moderne est celui de l'acheteur. On achète là où les prix sont les meilleurs. Si, donc, les administrateurs des hôtels et des motels canadiens maintiennent leurs prix strictement conformes à la moyenne, ils feront de bonnes affaires; sinon, j'hésiterais à prédire ce qui pourrait arriver.

L'hon. M. ISNOR: Vous avez analysé les chiffres fournis dans les réponses,—4,915, si je me rappelle bien,—à votre questionnaire, qui avait pour but de déterminer les plus grandes ou les meilleures attractions du Canada.

M. DOLAN: Bien, pas exactement "les meilleures". Nous avons tenté de découvrir d'abord si le service au visiteur était convenable, c'est-à-dire comment nous "accomplissions la tâche"; en second lieu, nous voulions connaître ce que le visiteur n'avait pas aimé et ce qu'il avait trouvé de son goût au Canada. Je devrais vous dire, je pense, que nous répondons immédiatement à toute plainte reçue. Si c'est une plainte concernant les hôtels, nous la faisons parvenir directement à l'hôtel dont il est question. Je crois que nous nous sommes bien acquittés de la tâche à ce sujet.

L'hon. M. ISNOR: Oui. Vous m'avez entendu, hier, poser la même question. J'étais très désireux de savoir, si possible, qu'est-ce qui attirait le plus les touristes au Canada. En comparant vos chiffres, je découvre que 86 p. 100 des réponses portent que "l'hospitalité et les prévenances" sont notre principal appas, si mes calculs sont exacts.

M. DOLAN: Sur 4,986 réponses, 4,315 sont dans ce sens. Je ne vous conterai pas ce pourcentage.

L'hon. M. ISNOR: En effet, 43 devient 86.

M. DOLAN: C'est exact.

L'hon. M. ISNOR: Quatre-vingt-six pour cent, voilà une réponse qui pèse. Si c'est vrai, je vois là que vous êtes très bien placés pour faire valoir dans votre publicité "l'hospitalité au Canada". C'est à cette idée que je veux en venir.

M. DOLAN: C'est aussi ce que nous tâchons de faire. J'ai apporté des modèles de nos réclames que les membres du Comité pourront examiner à loisir. Nous avons recours à cette idée, sénateur Isnor, pour tâcher d'attirer les visiteurs. Je n'ai présentement que deux ou trois exemplaires.

L'hon. M. ISNOR: Vous avez mentionné que la proportion des réponses avait été de 13·5 p. 100. J'estime ce chiffre exceptionnellement élevé. Quand nous obtenons 8 p. 100 dans les affaires, nous considérons que c'est là une moyenne bien raisonnable. Je reviens à ma proposition que vous devriez certainement, en raison de ces chiffres, vous servir à fonds de cette conclusion à votre enquête.

M. DOLAN: Je crois, sénateur Isnor, que si vous prenez le temps de lire attentivement notre réclame, vous constaterez que nous nous en sommes assez bien servis. Nous n'avons pas cherché à exagérer ce qui est évident, mais nous avons tenté de montrer que nos gens sont bons, hospitaliers et courtois.

L'hon. M. DAVIES: Est-ce une maison canadienne qui s'occupe de cette publicité?

M. DOLAN: Ah, oui, c'est une société canadienne qui a notre publicité en main. Il en fut toujours ainsi et je crois qu'il devrait toujours en être ainsi.

L'hon. M. ISNOR: Pour ce qui est du change, le dollar américain a moins de valeur que le dollar canadien. Les hôtels et les motels ont-ils l'habitude d'exiger la différence? Si oui, quelle influence cela a-t-il sur le touriste américain?

M. DOLAN: Eh bien, nous obtenons 3 p. 100 ou plus sur notre dollar canadien actuellement. Presque tous les hôtels et entreprises semblables chargent aux visiteurs les frais du change. Ils tiennent compte d'une dévalorisation de 3 à 4 p. 100 du dollar américain.

L'hon. M. EULER: Est-ce que les Américains en sont irrités?

M. DOLAN: Au début, ils l'étaient, sénateur Euler; ils l'étaient même beaucoup.

L'hon. M. EULER: La chose a-t-elle eu des répercussions sensibles dans le commerce du tourisme?

M. DOLAN: Je le crois, pour un certain temps. Cela nous inquiète encore dans le commerce du tourisme, parce que,—et je dis ceci sans vouloir déprécier personne,—les Américains sont d'assez bons acheteurs. Si leurs dollars sont évalués à 100 p. 100 dans des régions telles que la Nouvelle-Angleterre où le climat ressemble à celui de nos provinces canadiennes, les Américains "américanisants" considéreront les 3 p. 100 avant de venir au Canada.

L'hon. M. EULER: Les Canadiens ont-ils l'habitude d'exiger la prime?

M. DOLAN: Oui, monsieur le sénateur. Il le fallait bien, car c'était devenu une charge assez lourde pour les petites institutions d'accepter au pair le dollar américain. Un grand nombre acceptait les devises américaines au pair lorsque la dévalorisation n'était que de 1 p. 100. Quand cette dévalorisation est passée à 3 p. 100, et maintenant qu'elle est entre 3 et 4 p. 100, il leur faut en tenir compte. C'est une question de bonne administration.

L'hon. M. BEAUBIEN: N'est-il pas vrai que le Canadien qui traverse aux États-Unis en possession de devises canadiennes et qui entre dans un magasin,—j'ai à l'esprit le cas des Manitobains qui vont au Minnesota,—découvre que les magasins américains n'accorderont aucune prime pour le dollar canadien?

L'hon. M. EULER: Même que votre dollar sera dévalué à certains endroits.

L'hon. M. BEAUBIEN: Ou bien on ne voudra pas du tout l'accepter. Alors les Canadiens reviennent au pays en disant: "Ces "sacrés Américains" ne veulent pas nous payer la prime, alors nous allons leur charger la pleine dévalorisation quand ils viendront au Canada".

M. DOLAN: Il peut y avoir un peu de revanche. J'ai remarqué l'autre jour qu'en certains endroits de la Floride, on accepte la monnaie canadienne au pair. Ces gens prétendaient que c'était nous accorder une grande considération. Je ne crois pas que cela en soit une. Ils publiaient la chose un peu partout. C'était un des grands magasins de l'avenue Collins, à Miami.

L'hon. M. ISNOR: Diriez-vous que c'est là de la bonne administration?

M. DOLAN: Eh bien, sénateur Isnor, on me dit que pour eux c'est une question d'affaires. Un hôtelier dit: "Je ne peu pas subir la dévalorisation de 3 à 4 p. 100. Il faut que je leur charge une prime sur leur dollar."

L'hon. M. McINTYRE: Quiconque se rend du Canada aux États-Unis en possession de monnaie canadienne et découvre que cette monnaie ne sera pas acceptée, dans les magasins, par les chemins de fer ou dans les tramways, peut aller dans une banque, par exemple, dans la *First National Bank* à Boston, ou dans toute autre ville, et il touchera une prime sur son argent canadien.

M. DOLAN: Oui, c'est exact, sénateur McIntyre.

L'hon. M. STAMBAUGH: Je suis entré dans la *First National Bank* de Chattanooga, et on a voulu dévaloriser ma monnaie de 5 p. 100.

M. DOLAN: Plus vous descendez vers le sud, plus vous avez de la difficulté. A Syracuse et à Rochester, on annonce,—et vous lirez cette publicité insérée par des marchands de Syracuse et de Watertown dans les journaux d'Ottawa,—qu'à ces endroits le dollar canadien est à prime; ceci pour attirer une clientèle canadienne, et nos Canadiens s'y rendent par centaines.

Une VOIX: C'est la même chose à Buffalo.

M. DOLAN: En effet.

L'hon. M. HAIG: On fait la même chose au Manitoba.

M. DOLAN: Je suppose que les Américains font paraître des annonces dans les journaux de Winnipeg. Ils en ont dans notre bulletin du R.A. Certains de mes collègues du Service civil s'en souviendront. Ils en avaient huit pages ou à peu près. Pour appuyer ce que le sénateur (l'hon. M. Stambaugh) disait tout à l'heure, je puis vous dire que j'ai essayé, il y a deux ans, de payer un compte d'hôpital avec de la monnaie canadienne, à Boston. La prime sur la monnaie canadienne était de 5 p. 100 à ce moment-là; cependant la *New England Baptist Hospital* ne voulut même pas accepter ma monnaie canadienne. J'ai eu de la difficulté à me faire admettre à l'hôpital. Je me trouvais à avoir de la monnaie américaine et des amis américains, seulement l'hôpital ne voulut pas accepter ma monnaie canadienne malgré mon assurance qu'elle valait 5 p. 100 de plus que la leur.

L'hon. M. CRERAR: Vous auriez dû acheter de l'argent américain avant d'aller là.

M. DOLAN: C'est ce que j'avais fait, mais je n'en avais pas assez.

L'hon. M. DAVIES: D'après la liste que j'ai en main, il semblerait que vous ayez limité vos annonces à des publications telles que *Holiday* et *Esquire*, qui sont lues pour la plupart par des gens de revenus élevés. Ces revues sont dispendieuses.

M. DOLAN: Cela n'est pas une liste complète, monsieur le sénateur Davies.

L'hon. M. DAVIES: Il y a beaucoup de gens qui épargnent de l'argent pour des vacances de deux semaines et qui ne lisent pas ces revues de haute tenue.

M. DOLAN: Nous faisons passer de l'annonce dans toutes les revues hebdomadaires bien connues: le *Saturday Evening Post*, le *Colliers*, le *Time*, le *Newsweek* et l'*American Magazine*. Notre réclame paraît aussi dans tous les périodiques des automobilistes. Au cours d'un certain nombre d'années, nous croyons avoir choisi les meilleures revues des clubs d'automobilistes. On va aux Bermudes et en Europe par bateau, mais 90 p. 100 des visiteurs au Canada viennent en automobile. C'est la raison pour laquelle nous avons fait pénétrer notre publicité dans les clubs d'automobilistes. Disons qu'une personne de Topeka, dans le Kansas, désire venir passer des vacances à Ottawa. Il ira à son club d'automobilistes y chercher des renseignements avant d'aller ailleurs. Après tout, il paie une cotisation à ce club. Vous, messieurs, qui appartenez à des clubs d'automobilistes, n'allez-vous pas d'abord à votre club pour des renseignements lorsque vous désirez entreprendre un long voyage en automobile? Voilà pourquoi nous voulons que notre réclame atteigne cette classe de gens.

Le PRÉSIDENT: Quelle proportion du crédit de l'Office canadien du tourisme est dépensée pour la publicité et la réclame? Je crois que vous vous servez aussi de la radio à cette fin, n'est-ce pas?

M. DOLAN: En effet. L'an dernier nous avons dépensé \$931,351 d'un crédit total de \$1,500,000 pour la réclame et la publicité.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous dépensé cet argent surtout aux États-Unis?

M. DOLAN: Oui, à l'exception d'un programme radiophonique au Canada.

Le PRÉSIDENT: Les délégués de l'Association canadienne du tourisme insistent hier pour qu'il y ait plus de voyages d'une province à l'autre.

M. DOLAN: Oui.

Le PRÉSIDENT: Ne serait-il pas exact de dire que l'Office de tourisme du gouvernement canadien dirige presque tous, sinon tous, ses efforts vers un but qui est d'amener au Canada des gens d'autres pays?

M. DOLAN: C'est parfaitement exact. Nous croyons que c'est là la raison pour laquelle l'Office a été fondé.

L'hon. M. HAIG: Très bien! Très bien!

M. DOLAN: Nous ne croyons pas que notre fonction soit d'agir comme office interprovincial de tourisme.

L'hon. M. CRERAR: Les voyages de touristes d'une province à l'autre n'ajoutent pas un dollar à l'économie canadienne.

M. DOLAN: Parfaitement.

L'hon. M. CRERAR: Avez-vous des données relatives aux endroits d'où viennent les touristes américains qui entrent au pays? Viennent-ils surtout des États du nord?

M. DOLAN: Quatre-vingt-trois pour cent viennent des États du nord et environ 10 p. 100 viennent de la Californie. La région du nord comprend les états de la Nouvelle-Angleterre. Nous n'avons pas fait beaucoup de réclame dans les États du Mississippi et du Tennessee, mais nous avons pénétré dans le Texas ces dernières années, ce qui s'est avéré assez profitable. Il y a beaucoup d'argent au Texas.

L'hon. M. HAIG: J'ai vu à Ottawa des touristes du Texas. Je me rappelle en avoir rencontré quatre sur la colline du Parlement. Les édifices du Parlement étaient fermés aux visiteurs à ce moment-là et je me suis permis de les faire visiter. Soit dit en passant, chaque année depuis lors, ils m'envoient un cadeau à Noël.

L'hon. M. DAVIES: Ce fut certainement un bon placement de votre part.

M. DOLAN: Je suis heureux que vous ayez mentionné cette chose car, l'an passé, les édifices du Parlement ont eu plus de visiteurs que jamais auparavant. C'est très étonnant de voir le nombre de lettres de félicitations que nous avons reçues sur le personnel de protection de ces édifices. Ces employés ont certainement accompli leur travail d'une façon remarquable sous la direction du colonel Franklin. La manière dont ces hommes s'occupent des touristes, ici, pendant les mois d'été, et la bienveillance des agents de la Gendarmerie royale qui se tiennent à l'extérieur de l'édifice contribue pour beaucoup à notre bonne publicité.

L'hon. M. HAIG: Puis-je dire un mot de ma rencontre avec ces quatre visiteurs du Texas? Il y avait le père, la mère, un fils et un ami du fils. Ces jeunes gens en étaient à leur première année à l'université et il semble qu'ils venaient d'avoir une discussion assez chaude sur notre système parlementaire. J'ai commencé à leur dire que le nôtre valait deux fois le leur. Ils n'ont pas beaucoup apprécié cette idée mais, du moins, ont-ils compris notre système.

M. DOLAN: Voilà, j'ai remarqué que nous pouvions dire ces choses aux Américains sans qu'ils en paraissent froissés. J'avoue que lorsqu'ils ont découvert que le dollar américain avait moins de valeur que le nôtre, ils en ont été profondément ébranlés. J'ai pris l'habitude de dire, quand j'écris à ces gens: "Je sais exactement ce que vous ressentez parce que les Canadiens ont ressenti la même chose pendant vingt ans à peu près, chaque fois qu'ils allaient aux États-Unis". Le nombre de réponses qui nous sont parvenues disant: "Nous ne considérons jamais la chose de ce point de vue", est étonnant.

L'hon. M. DAVIES: Je n'ai pas très bien saisi quel est votre crédit pour la publicité.

M. DOLAN: Nos dépenses se sont élevées à \$930,000. Environ 65 p. 100 de ce montant sont allés aux revues et 35 p. 100 aux journaux. Je pourrais ajouter que nous sommes en concurrence avec des agences aux États-Unis qui, cette année, dépenseront 12 millions de dollars aux fins de la publicité touristique. Je pense en ce moment aux offices de tourisme et aux *boards of trade* en Floride, en Californie, au Maine, au Michigan et au Minnesota. Nous tâchons de leur faire concurrence avec moins d'un million et je puis même dire que nous réussissons assez bien.

Le PRÉSIDENT: En plus des \$930,000, combien l'Office du tourisme pourrait-il dépensé auprès des compagnies de chemins de fer et de navigation? Et aussi les services aériens, seulement j'ignore si ceux-ci font de la réclame.

M. DOLAN: Ces compagnies dépenseraient environ 4 millions de dollars. J'entends que les compagnies de chemins de fer, d'autobus, de navigation et d'aviation au Canada dépenseront peut-être ensemble ce montant pour encourager le tourisme et pour publier des annonces.

Le PRÉSIDENT: J'aimerais poser une autre question. Vient-il un bon nombre d'Américains au Canada pendant les mois d'hiver, particulièrement dans les régions du ski?

M. DOLAN: Eh bien, oui, cet hiver, car pour la première fois depuis environ trois ans l'état de la neige et les conditions atmosphériques ont été remarquablement favorables dans les Laurentides alors qu'ils l'étaient peu dans le Vermont, dans le New-Hampshire et dans d'autres États de la Nouvelle-Angleterre. Ainsi, les Américains se rendent en Québec en plus grand nombre qu'au cours des cinq dernières années. Ceci dépend entièrement de l'état de la neige. A mon sens, la tragédie du ski au Canada est que ce sport n'ait pas connu un plus grand épanouissement du point de vue du tourisme, alors que les conditions atmosphériques nous donnent la neige la plus favorable au monde, à Banff et dans d'autres régions de l'Ouest.

L'hon. M. ISNOR: J'aimerais revenir à la remarque du sénateur Crerar. Le commerce interprovincial du tourisme au Canada n'apporte pas un dollar de plus au pays. On m'a accusé dans ce Comité de rabâcher le sujet de la Nouvelle-Écosse. Je veux vous faire remarquer, monsieur Dolan, ainsi qu'au sénateur Crerar, que l'Est du Canada est hautement intéressé au programme du commerce interprovincial du tourisme. La province de Québec compte environ 32 p. 100 de la population du Canada, et l'Ontario 34 p. 100; en d'autres mots, 66 p. 100 de la population totale du Canada résident dans ces deux provinces. Il nous faut compter en grande partie sur les États de la Nouvelle-Angleterre et sur les provinces de Québec et d'Ontario pour notre commerce touristique. L'an dernier, nous en avons attiré un grand nombre de ces endroits; nous avons reçu un très, très grand nombre de touristes de l'Ontario. Je ne veux pas qu'il soit dit, dans les journaux ou ailleurs, que nous ne sommes pas intéressés, pour ce qui concerne l'Est du Canada, à notre propre commerce interprovincial du tourisme. Nous voulons accueillir aux Maritimes les visiteurs d'autres parties du Canada.

Un autre point. Puisque des centaines de millions de dollars doivent être dépensés pour la construction d'une route transcanadienne, il y a sûrement une raison là-dessous, et je crois que cette raison est l'encouragement des voyages entre les diverses provinces. Je désire que cette remarque soit consignée au compte rendu, monsieur le président.

L'hon. M. EULER: C'est là une responsabilité des provinces.

L'hon. M. ISNOR: Nous ne voulons pas que l'idée émane de ce Comité que notre économie n'en serait pas du tout affectée.

L'hon. M. BAIRD: Je crois que la remarque à ce propos était que le commerce interprovincial du tourisme n'apporte pas de nouveaux dollars.

L'hon. M. CRERAR: Monsieur le président, je me rends compte de la valeur de la question soulevée par le sénateur Isnor, mais je prétends que si nous dépensons les deniers de l'État pour encourager les gens à se rendre de l'Ontario en Nouvelle-Écosse, nous n'ajoutons pas un seul sou à la valeur de notre économie. Si nous pouvons dépenser cet argent pour induire les gens de la Nouvelle-Angleterre à visiter la Nouvelle-Écosse, voilà qui ajoute véritablement à notre économie. Qu'une personne de l'Ontario visite la Nouvelle-Écosse, cela ne se rapporte pas vraiment à l'objet de cette dépense.

L'hon. M. EULER: Très bien! Très bien!

L'hon. M. CRERAR: Je prétends qu'il n'est pas d'endroit au Canada qui puisse profiter plus pleinement du genre de dépense que nous faisons aux États-Unis que la Nouvelle-Écosse et les provinces Maritimes, à cause du nombre d'habitants de la Nouvelle-Angleterre dont les ancêtres étaient originaires de ces provinces. Et j'ajouterai ceci,—et je pense que le sénateur Isnor s'accordera avec moi là-dessus du moins,—qu'il n'est aucun endroit au Canada qui offre plus d'attraits aux touristes que la Nouvelle-Écosse.

L'hon. M. BAIRD: Je m'y oppose!

L'hon. M. CRERAR: L'opposition du sénateur Baird est un peu prématurée.

L'hon. M. BAIRD: Vous n'y êtes jamais allé.

L'hon. M. CRERAR: Eh bien, il est allé au-devant de ma pensée. Évidemment, Terre-Neuve offre de grands attraits mais la personne qui se rend à Terre-Neuve ne voyagera pas en automobile, du moins pas pour l'instant, de la terre ferme jusqu'à l'île. Je soumets l'idée à M. Dolan, maintenant que j'ai la parole, qu'il serait peut-être bon d'étudier cet aspect. Je me rappelle, il y a bien trente ans, que les chemins de fer nationaux de la côte occidentale avaient organisé ce qu'on appelait le tour triangulaire: les Américains se rendaient à Vancouver, montaient passer une semaine à Jasper,

traversaient les montagnes à Prince-Rupert, puis redescendaient à Vancouver, et enfin Seattle, par bateau du National-Canadien. C'était à cette époque un voyage très en vogue, et qui a eu, je le sais personnellement, des résultats bien marqués. Prenons les parties centrales du Manitoba. Nous avons au sud le Montana et les Dakotas, où il n'y a presque pas de conifères et aucun lac. Les habitants de ces états aiment monter au Canada y voir les eaux, les poissons, les conifères, le bison et l'élan, ainsi que d'autres animaux habitant nos parcs nationaux. Je sais, encore pour l'avoir expérimenté personnellement, que c'est là un élément qui a nettement de la valeur et que la dépense dans ces régions d'une somme relativement restreinte en faveur de ces lieux particuliers de séjour obtiendrait des résultats, j'en ai la conviction.

L'hon. M. McINTYRE: Le sénateur Crerar n'a pas considéré la beauté de l'Île-du-Prince-Édouard.

L'hon. M. CRERAR: Nous avons très sagement pris des mesures afin de ne pas oublier un discours très précieux que vous avez prononcé devant le Sénat il n'y a pas longtemps, sénateur McIntyre. Seulement, quand je parle de la Nouvelle-Écosse, j'entends parler des provinces Maritimes, l'Île-du-Prince-Édouard, la Nouvelle-Écosse ainsi que le Nouveau-Brunswick.

L'hon. M. ROSS: Les Américains font beaucoup de réclame en faveur de leur propre pays, de sorte qu'un grand nombre de gens des États-Unis, au lieu de venir au Canada, iront en Nouvelle-Angleterre, à Miami, en Californie ou ailleurs. Ils font de la grande publicité sur ces centres de villégiature et retiennent ainsi dans leur pays beaucoup de la monnaie américaine qui, autrement, serait apportée au Canada. Alors, je crois qu'il serait fort utile de faire de la réclame au Canada même, afin d'encourager les touristes à dépenser leur argent dans les provinces Maritimes ou dans les Rocheuses, ou à Banff, enfin, dans des endroits de ce genre. Je ne m'accorde donc pas avec le sénateur Crerar sur ce point.

Le PRÉSIDENT: Toutes les provinces font paraître des annonces dans les publications et les journaux canadiens. Les provinces Maritimes sont fort entreprenantes en ce qui a trait à la publicité dans les revues et les journaux canadiens afin d'attirer des visiteurs chez elles. Je sais que cela se fait régulièrement.

M. DOLAN: En qualité d'office fédéral, sénateur Ross, notre tâche consiste surtout,—et c'est pour cette raison que l'office a été institué,—à amener des touristes au Canada. Lors de l'institution de l'Office, notre revenu du tourisme n'était que de 90 millions de dollars par année; notre campagne concertée a fait monter ce chiffre à 290 millions. Je pourrais ajouter que d'autres nous ont aidés. Nous n'avons pas accompli ce travail seuls. Les compagnies de chemins de fer et de navigation, ainsi que d'autres intéressés, étaient de la partie. Nous constituons un organisme fédéral et j'ai toujours maintenu que notre premier devoir était de diriger les gens vers le Canada.

Des VOIX: Très bien! Très bien!

M. DOLAN: J'ai toujours maintenu également que la responsabilité incombait aux provinces et aux entreprises de transport, telles que les services aériens et les services de navigation, les hôtels et autres, de publier que le Canada est un grand pays de tourisme et d'encourager les Canadiens à visiter également le Canada. Nous avons fait cela nous-mêmes pour nos parcs nationaux. Je crois avoir dit à ce Comité, il y a quelques années, que j'estimais de politique douteuse,—si je peux me permettre d'appeler cela avec générosité de la politique,—que de commencer à se servir de l'Office du tourisme pour retenir tout le monde au Canada. Les répercussions qu'une telle pratique aurait aux États-Unis, sénateur Ross, seraient désastreuses pour notre industrie du tourisme au Canada. En second lieu, et ce sont vos commentaires, mon-

sieur le sénateur Crerar, qui me l'ont fait rappeler, le premier film au sujet d'un voyage organisé au Canada passera sur nos écrans dans un mois. Je voulais mentionner cette chose devant ce Comité, mais je l'avais oubliée. Sans les commentaires de l'honorable sénateur, je n'aurais pas mentionné le fait que nous sommes en train de faire exactement ce qu'il propose. Le premier film de cette série a été tourné dans les Maritimes et ce, pour deux raisons: d'abord, c'est une très belle partie du Canada,—et je le sais puisque j'en suis originaire,—et, en second lieu, c'est l'endroit idéal pour un film de ce genre. Dans ce film, nous montrons une famille, que nous avons choisie dans la province de Québec, voyageant de Boston en suivant la côte de l'Atlantique, passant par les états de la Nouvelle-Angleterre jusqu'au Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse et l'Île-du-Prince-Édouard. Nous nous proposons cette année de tourner un film dont le sujet est présentement à l'étude; ce sera un film montrant la région des lacs Waterton, en Alberta, et illustrant un voyage organisé dans cette région. Nous tournerons peut-être en tout cinq films de ce genre.

L'hon. M. EULER: Cette série attrapera-t-elle Terre-Neuve?

L'hon. M. BAIRD: Vous allez probablement "attraper Terre-Neuve".

M. DOLAN: Non, je ne vous "attraperai" pas, mais nous attendons que le gouvernement de Terre-Neuve nous signifie qu'il est prêt.

L'hon. M. BAIRD: Nous protégeons avec un soin jaloux ce que nous y possédons. Nous croyons que si nous devons ouvrir nos portes au tourisme maintenant, nous nuirions tellement aux autres régions de la terre ferme qu'elles en ressentiraient les effets presque sur-le-champ.

M. DOLAN: Nous savons gré à Terre-Neuve de cette attitude, sénateur Baird.

L'hon. M. DAVIES: Où ces films passeront-ils?

M. DOLAN: Nous avons quatre-vingt-neuf endroits aux États-Unis où ces films seront montrés. Comme je le disais, nous avons l'intention de tourner cinq de ces films et peut-être davantage. Nous avons l'intention de les désigner dans l'ensemble "la Série des vacances".

L'hon. M. BAIRD: La Série des vacances organisées?

M. DOLAN: Nous venons d'en parler comme faisant partie d'une série de films "de vacances". J'espère que ce premier film trouvera un accueil favorable. Pour ma part, j'estime que c'est là un des films les plus attrayants qu'il nous ait été donné de faire depuis longtemps. Puisque je suis sur ce chapitre, je voudrais ajouter que nous tournons tous nos films de façon à ce qu'on puisse éventuellement les passer à la télévision. Toutes nos bandes seront de 16 millimètres et dureront 12 minutes.

L'hon. M. EULER: Vous faut-il payer pour faire passer ces films dans les 89 postes dont vous parlez?

M. DOLAN: Non pas, monsieur le sénateur. Néanmoins et fort malheureusement, nos films canadiens doivent payer pour être télévisés par les réseaux des États-Unis. La formule me semble mauvaise, étant donné que nos concurrents font passer des films ici et que nous ne leur faisons rien payer.

L'hon. M. DAVIES: Ces films sont-ils produits par l'Office National du Film?

M. DOLAN: Nous devons nous adresser à l'Office qui ouvre une mise en adjudication pour ces films. De fait, le film sur les provinces Maritimes dont je viens de faire mention, a été tourné par une entreprise privée de Montréal. L'Office National du Film est à l'heure actuelle débordé de travail et il confie au dehors la production des bandes documentaires sur les voyages.

L'hon. M. ISNOR: Quelle est la durée et la dimension de ce film-là?

M. DOLAN: C'est un film de 16 mms, en couleur, et qui dure 12 minutes.

L'hon. M. ISNOR: Quels débouchés trouve-t-il aux États-Unis?

M. DOLAN: Ces films de ce genre sont projetés là-bas dans les universités, dans les clubs de voyage et dans les bibliothèques.

L'hon. M. EULER: Pas dans les salles de cinéma?

M. DOLAN: Non, pas pour cette série de films. Nous les distribuons gratuitement aux bibliothèques et aux agences de tourisme ainsi qu'à quelques brasseries qui font usage plus que quiconque de nos films sur la pêche.

L'hon. M. FRASER: Monsieur le président, puisque nous parlons de ces films et de la publicité qu'ils nous font je me demande si nous faisons assez connaître nos magnifiques lacs et cours d'eau ouverts aux bateaux à voile et de croisière, et qui s'étendent de Terre-Neuve au littoral du Pacifique. Il me semble bien que par le passé nous les avons quelque peu négligés. Aux États-Unis une publication imprimée sur la côte de l'est et une autre publiée à Fort Lauderdale, font toutes deux de la réclame pour le Canada dans leurs deux numéros annuels traitant de bateaux à moteur et à voile; on parle également de notre pays dans nombre de revues importantes publiées aux États-Unis et consacrées au yachting. La ville où j'habite est située sur l'un des meilleurs ports pour yachts du lac Ontario; par les soirées d'été j'ai vu là des yachts américains d'une valeur totale de \$300 à \$400,000. Nous devrions demander aux membres de ce comité et à mon excellent ami, M. Leo Dolan, de veiller à ce qu'on fasse un peu plus de réclame pour ce secteur de l'industrie touristique qu'est l'industrie du yacht; en effet, les possesseurs d'un yacht de \$100,000 ont beaucoup d'argent à dépenser; même la nouvelle province de Terre-Neuve offre une moins grande superficie d'eau intérieure pour croisière que la province d'Ontario, qui vient dans ce domaine en tête de toutes les régions du continent Nord-américain. Que le comité y réfléchisse.

M. DOLAN: Vous pouvez être sûr, monsieur le sénateur, que j'y penserai sérieusement. J'avoue que nous prêtons le flanc à la critique. Il y a quelques années, nous avons plutôt négligé cet aspect de l'industrie touristique; mais aujourd'hui, grâce aux efforts du sénateur et à ceux de quelques propriétaires de yachts, le gouvernement ontarien édite une superbe collection de brochures sur les eaux de l'intérieur de l'Ontario; ces brochures sont rédigées en collaboration avec le ministère des Transports. En outre, l'Office de tourisme du gouvernement canadien a distribué des imprimés à de nombreux clubs de yachts et de bateaux à voile aux États-Unis, espérant que leurs membres viendraient dans les splendides régions que vous évoquez et qu'ils en goûteraient le charme.

L'hon. M. FRASER: On pourra photographier des scènes superbes dans les films en question.

M. DOLAN: Quand nous filmerons le travelogue de ce district de l'Ontario, nous veillerons avec soin à ce que le yachting soit traité sous tous ses angles.

L'hon. M. FRASER: A mon sens, un beau yacht de croisière ne peut que se comparer à une belle femme; je remarque que les belles femmes abondent dans vos images publicitaires.

M. DOLAN: Vos goûts, monsieur le sénateur, vous portent vers des gens charmants et les plaisirs les plus délicats et les plus variés.

Monsieur le président, je voudrais pouvoir corriger un chiffre que j'avais précédemment cité. Si j'ai fait erreur, c'est que je consultais la mauvaise colonne. En 1953-1954, nous avons dépensé en réclame et en publicité \$931,351. J'avais cru que c'était \$890...

L'hon. M. BAIRD: Vous avez dit \$985.

M. DOLAN: Je croyais avoir dit \$895.

L'hon. M. BAIRD: Non, \$985.

M. DOLAN: Quoiqu'il en soit, le chiffre exact est de \$931,351.

L'hon. M. DAVIES: Brut?

M. DOLAN: C'est ce que représentent nos frais de publicité pour l'an dernier. Nous avons annoncé l'an dernier dans 55 revues et 50 journaux—ce qui représente près de 1 million de dollars.

M. le PRÉSIDENT: Messieurs, le temps passe vite: M. Dolan a témoigné pendant une bonne heure et nous avons encore d'autres témoins à entendre.

L'hon. M. HAIG: Au nom du comité, je remercie M. Dolan pour les renseignements qu'il a bien voulu nous communiquer; nous ne pouvons que souhaiter qu'il ait, à l'avenir, un aussi franc succès dans son œuvre, que celui qui l'a couronné dans le passé.

M. DOLAN: Un mot pour finir: bien que les rapports émanant de la Floride signalent qu'il y ait un certain fléchissement des affaires (c'est là en général un baromètre assez sûr) j'ai appris hier matin qu'en février nous avons reçu 14,654 demandes de renseignements touristiques, alors que l'an dernier, dans le courant du même mois, nous n'en avons que 12,481. Autrement dit, cette année, le nombre de demandes de renseignements a augmenté de 17·4 p. 100. C'est là, à mon avis, un indice des plus intéressants. J'ai toujours pensé que grâce à notre publicité, nous maintenons un niveau constant de l'industrie touristique; j'hésite à le dire, mais je ne crois pas que nous puissions véritablement accélérer la cadence de cette publicité; c'est pourquoi je voudrais qu'on se borne à attirer davantage de touristes américains au Canada.

M. le PRÉSIDENT: Merci, monsieur Dolan.

Nous avons l'habitude de convoquer le même jour les représentants du Département des Parcs Nationaux et de l'Office de tourisme du gouvernement canadien. M. Dolan est accompagné aujourd'hui de M. J. A. Hutchison, directeur des Parcs Nationaux, de M. J. R. B. Coleman, chef de la Division des Parcs nationaux et des lieux historiques; de M. W. W. Mair, chef des services de la faune canadienne et du colonel C. J. Childe, Surintendant des Parcs nationaux et lieux historiques.

J'ajoute que ce n'est qu'hier que j'ai convoqué M. Hutchison et qu'il vient sans préparation réelle. Je lui ai dit, qu'ayant entendu les dépositions de l'Association canadienne du tourisme, nous avons pensé qu'il serait bon d'avoir parmi nous un représentant du Service de la faune, et un autre des Parcs nationaux et lieux historiques. M. Hutchison aurait-il la bonté de répondre à nos questions?

Nous savons, M. Hutchinson, que vous allez déposer au pied levé; mais si vous avez un exposé à faire, n'hésitez pas à le faire dès maintenant.

M. J. A. HUTCHISON, directeur des Parcs Nationaux: Monsieur le président, messieurs: il est exact que ce que j'ai à dire a été préparé en un temps relativement court; mais mon exposé est semblable à ceux que nous vous avons fait entendre précédemment.

Voici la sixième année de suite que le nombre des touristes visitant les parcs nationaux du Canada bat tous les records précédemment étalés. Au cours de 1952 le nombre total de visiteurs estivaux dépassait de plus du double celui des touristes de 1948.

L'hon. M. EULER: Pourriez-vous citer des chiffres?

M. HUTCHISON: J'y viendrai, monsieur le sénateur.

Il résulte du fait précité, que lorsque la saison battait son plein, les touristes avaient peine à se loger. Les crédits de l'année financière ont permis d'apporter aux parcs de nombreuses améliorations, parmi lesquelles il faut inclure l'amélioration apportée aux terrains de campement et à leur extension, l'accroissement

des distractions offertes aux touristes, ainsi que l'entretien des grandes routes traversant les parcs, y compris le bétonnage des grandes artères touristiques.

Entre le 1^{er} avril et le 31 décembre 1953, les parcs nationaux ont reçu 3,007,679 touristes.

L'hon. M. HAIG: Comment se répartit ce chiffre entre les divers parcs?

L'hon. M. EULER: Sur ce nombre, combien y avait-il de touristes venant des États-Unis?

L'hon. M. BAIRD: Pourriez-vous donner le nom des provinces où se situent les parcs, car je ne m'y retrouve pas très bien?

L'hon. M. EULER: C'est un néo-Canadien.

M. HUTCHISON: Entre le 1^{er} avril 1953 et le 31 décembre 1953, le nombre des personnes ayant visité les parcs nationaux se répartit comme suit:

	Canadiens	Étrangers	Total
Banff (Alberta).....	546,038	70,310	616,348
Highlands du Cap Breton (Nouvelle-Écosse).....	17,985	15,625	33,610
Elk-Island (Alberta).....	173,234	2,148	175,382
Fundy (Nouveau Brunswick).....	94,242	13,551	107,793
Baie Georgian (Ontario).....	9,745	4,680	14,425
Glacier (Colombie-Britannique).....	549	—	549
Jasper (Alberta).....	80,437	50,685	131,122
Kootenay (Colombie-Britannique).....	177,364	47,832	225,196
Mt-Revelstoke (Colombie-Britannique).....	13,492	—	13,492
Point-Pelé (Ontario).....	204,295	223,193	427,488
Prince-Albert (Saskatchewan).....	114,244	4,476	118,720
Î. du P.-É. (Île-du-Prince-Édouard).....	131,466	15,361	146,827
Riding-Mountain (Manitoba).....	445,387	20,082	465,469
Îles du St-Laurent (Ontario).....	24,178	8,759	32,937
Lacs Waterton (Alberta).....	148,291	59,242	207,533
Yoho (Colombie-Britannique).....	17,631	4,814	22,444
Citadelle d'Halifax (Nouvelle-Écosse).....	55,823	23,693	79,516
Fort-Anne (Nouvelle-Écosse).....	11,380	7,669	19,049
Fort-Beauséjour (Nouveau-Brunswick).....	15,963	5,467	21,430
Fort-Chambly (Québec).....	63,220	4,612	67,832
Fort-Lennox (Québec).....	7,490	1,840	9,330
Fort-Louisbourg (Nouvelle-Écosse).....	17,798	2,515	20,313
Fort-Malden (Ontario).....	10,464	5,226	15,690
Fort-Wellington (Ontario).....	5,108	3,022	8,130
Fort-Royal (Nouvelle-Écosse).....	9,460	6,283	15,743
Fort-Battleford (Sask.).....	11,030	271	11,301

L'hon. M. ISNOR: C'est pour la Nouvelle-Écosse un chiffre jamais atteint encore, n'est-il pas vrai?

M. HUTCHISON: J'incline à le croire.

L'hon. M. McINTYRE: Cependant, le chiffre est supérieur dans l'Île-du-Prince-Édouard.

L'hon. M. HAIG: Combien de touristes canadiens Banff a-t-il reçu?

M. HUTCHISON: 616,348.

L'hon. M. HAIG: Et d'étrangers?

M. HUTCHISON: 70,310.

L'hon. M. HAIG: Cela comprend les touristes venant par chemin de fer?

M. HUTCHISON: Ce sont les chiffres les plus précis qu'il soit possible de se procurer.

L'hon. M. BEAUBIEN: Y a-t-il un tarif d'admission dans tous ces parcs?

M. HUTCHISON: Dans ceux de l'Ouest.

L'hon. M. BEAUBIEN: C'est le cas pour le Parc de Riding Mountain?

M. HUTCHISON: Oui.

L'hon. M. HAIG: Il vient le deuxième en tête de liste, quand au nombre de visiteurs?

M. HUTCHISON: En effet, suivi de près par Point-Pelée.

L'hon. M. HAIG: Point-Pelée est dans l'Ontario?

M. HUTCHISON: Oui.

M. le PRÉSIDENT: Banff et Jasper se situent bien sur le parcours des voies ferrées?

M. HUTCHISON: C'est exact.

M. le PRÉSIDENT: Ces chemins de fer transportent un nombre considérable de voyageurs. Comment calculez-vous ce nombre? Les comptez-vous sur le trajet de la gare à l'hôtel, ou dans les trains eux-mêmes, par les soins de fonctionnaires préposés à cette tâche.

M. HUTCHISON: Non pas; nous nous adressons aux compagnies de chemin de fer qui nous communiquent les chiffres les plus précis qu'il leur soit possible d'avoir, et ces compagnies ont tendance à donner des chiffres inférieurs à la réalité.

M. le PRÉSIDENT: Ils font un calcul estimatif du nombre de voyageurs?

M. HUTCHISON: Oui.

M. le PRÉSIDENT: Je pensais que vous aviez une méthode de contrôle appliquée par les Parcs Nationaux.

M. HUTCHISON: La chose est pratiquement impossible en ce qui concerne les transports par chemin de fer.

L'hon. M. ISNOR: Vous avez dit que le nombre des touristes s'accroît. Quels sont les chiffres pour 1952?

M. COLEMAN: 2,548,870, contre 3,007,670 en 1953, entre le 1^{er} avril et le 31 décembre.

M. le PRÉSIDENT: Messieurs, M. Hutchison a en mains un mémoire important. Pour sauver du temps, le comité consentirait-il à ce que ledit mémoire soit annexé au rapport d'aujourd'hui?

Des VOIX: D'accord.

(Voir appendice "A" à la fin du rapport de ce jour)

L'hon. M. BEAUBIEN: Il me semble que les membres du comité aimeraient savoir combien de touristes traversent, chaque année, nos parcs nationaux, afin de pouvoir juger de la valeur de ces parcs.

L'hon. M. CRERAR: Monsieur Hutchison, combien les parcs nationaux nous ont-ils coûté au cours de la présente année financière? Et quel revenu global nous ont-ils rapporté?

M. HUTCHISON: Dans ce mémoire, nous voyons au chapitre des crédits qu'on a mis à la disposition des Parcs nationaux et des lieux historiques une somme d'environ \$7,700,000, pour l'année financière en cours. Je crains bien de ne pas trouver ici le montant du revenu, mais je pourrais me procurer ce renseignement dans de brefs délais.

L'hon. M. CRERAR: J'aimerais qu'on incorpore cette donnée à notre rapport.

M. le PRÉSIDENT: Monsieur Coleman, auriez-vous quelque information à ce sujet?

M. COLEMAN: Je crois avoir vu dans mon carnet de crédits, ce matin, que le revenu perçu au cours de l'an dernier s'élevait environ à 1 million.

Les chiffres précis sont les suivants:

Revenu, année financière 1952-1953.....	\$984,530
Revenu, année financière 1953-1954—	
Revenu au 30 septembre 1953.....\$	804,148
Revenu estimatif pour le restant de l'année financière	205,352
Total du revenu estimatif pour 1953-1954	\$1,009,500

L'hon. M. HAIG: Cela me semble très satisfaisant. Je ne pensais pas qu'il y aurait de revenu du tout.

M. le PRÉSIDENT: Hier, on a fait mention du service ayant trait à la faune sauvage, en relation avec l'Association canadienne du Tourisme. S'il y en a, parmi nous, qui s'intéressent à la question, M. Mair, qui représente le service de la faune sauvage, est ici et est tout prêt à répondre aux questions qu'on pourrait lui poser.

W. W. Mair, Chef du Service de la faune sauvage canadienne:

Messieurs,...

L'hon. M. HAIG: Veuillez m'excuser, monsieur Mair, mais pourriez-vous nous dire brièvement quelles sont les mesures grâce auxquelles vous protégez la faune d'un bout à l'autre du Canada?

M. MAIR: Monsieur le président, messieurs, notre besogne se répartit en trois services distincts. Notre fonction essentielle, celle pour laquelle nos services ont été créés, consiste à appliquer les règlements relatifs aux oiseaux migrateurs, règlements fédéraux, découlant d'un traité international. Aujourd'hui nous appliquons encore ces règlements aux quatre coins du pays. Ensuite, nous agissons à titre de conseillers techniques pour les Parcs nationaux; nous menons toutes les enquêtes ayant trait à la faune sauvage, dans les parcs nationaux et leur soumettons nos conclusions et nos avis. Troisièmement nous avons droit de regard sur toutes les recherches, portant sur la faune, faites dans les autres territoires ou régions relevant du Gouvernement fédéral et soumis au pouvoir de ce gouvernement. Autrement dit, nous nous occupons des problèmes de la faune pour la Division des régions septentrionales et des terres. Les activités accrues qui se font jour depuis quelque temps dans les territoires du nord-Ouest nous affectent d'une façon fort tangible. Voudriez-vous que je vous fournisse davantage de détails?

L'hon. M. CRERAR: Merci, c'est tout ce que je voulais savoir.

L'hon. M. HOWDEN: Comment vos services se chargent-ils de besognes comme celles qui s'accomplissent à Jack Miner's: nourrir les oiseaux sauvages migrateurs, par exemple?

M. MAIR: Nous ne faisons pas grand-chose dans ce domaine. Nous nous occupons de bague les oiseaux, suivant les méthodes suivies dans le sanctuaire de Jack Miner. Toutes les opérations de ce genre sont effectuées au Canada sous la surveillance du Service de la faune sauvage. Peu importe qu'elles se fassent aux États-Unis ou au Canada, notre Service a droit de regard sur elles. De fait, la majeure partie des bagues mises aux oiseaux au Canada, le sont par des aides bénévoles, qui ne demandent pas à être remboursés pour leur temps, ou leur travail, ni la nourriture qu'ils procurent aux oiseaux.

L'hon. M. HOWDEN: Avez-vous des rapports quelconques avec la *Ducks Unlimited* et autres organisations similaires?

M. MAIR: Nous collaborons avec la *Ducks Unlimited* qui est, selon nous, une organisation excellente. Notre collaboration est étroite dans le domaine de l'inspection du gibier d'eau, d'un bout de l'année à l'autre. C'est nous qui

sommes responsables des relevés, dans le domaine technique; les autorités des États-Unis, les autorités fédérale et provinciales du Canada et la *Ducks Unlimited* travaillent la main dans la main. Le ministère fédéral ne verse aucune subvention à la D.U.

L'hon. M. HOWDEN: Je songe plus particulièrement à l'alimentation de l'élan; il est hors de doute que de grandes quantités d'élans meurent de faim tous les ans faute de nourriture. Vos services alimentent-ils certains animaux?

M. MAIR: Non, à l'exception de ceux qui sont contenus dans des enclos.

M. le PRÉSIDENT: Dans ma région à moi, à Waterton, plus de 3,000 élans croit-on, des montagnes voisines du parc de Waterton, sont descendus sur les ranchs. Habitant les parcs, on ne pouvait tirer dessus, mais ils mouraient de faim; ils opérèrent donc une descente sur les ranchs où ils mangèrent les bottes de foin; sauf erreur, le gouvernement provincial a accordé aux propriétaires des ranchs des permis, les autorisant à tuer un certain nombre d'élans, je ne sais plus le chiffre exact. J'imagine qu'à l'intérieur des parcs, nul animal ne peut être tué sans permis spécial?

M. MAIR: Seuls les employés fédéraux des parcs peuvent y toucher.

M. le PRÉSIDENT: Mais une fois en dehors des limites du parc, ils ne relèvent plus de vous?

M. MAIR: En effet, ils deviennent la propriété de la province.

M. le PRÉSIDENT: Dans le cas qui nous occupe, il est évident que les lourdes chutes de neige, sur les montagnes, ont empêché les élans de trouver leur nourriture naturelle.

M. MAIR: C'est bien cela.

L'hon. M. STAMBAUGH: Que faites-vous pour détruire les bêtes de proie, loups et ainsi de suite?

M. MAIR: Nous les contrôlons dans nombre de parcs; si M. Hutchison m'autorise à le dire, je signalerai que nous touchons ici un problème de programme officiel, qui nous intéresse tout particulièrement. Vous savez messieurs, que le principe dont s'inspire à l'origine la création des parcs nationaux, était celui de la conservation pour la postérité d'échantillons typiques de notre flore et de notre faune. C'est ce qu'on se proposait dès le début. On espérait qu'on pourrait maintenir cette flore et cette faune dans leur état naturel pur, qu'il s'agisse d'arbres, de fleurs ou d'animaux, et l'on pensait que non seulement on pourrait ouvrir ces régions—témoins aux touristes mais encore aux savants—qui pourraient éventuellement comparer ces échantillons à l'état brut avec les produits des terres colonisées et cultivées, et pénétrer ainsi le processus naturel d'évolution.

Or, l'expérience nous a appris que nos parcs sont si vastes qu'il est impossible de les laisser entièrement à l'état sauvage; en effet, ils influencent les régions environnantes et ces régions, par contre-coup, influencent les parcs; il suffit que les gens pénètrent dans les parcs, pour que la flore et la faune s'en ressentent. C'est pourquoi il a fallu, à l'intérieur de ces secteurs, entretenir la flore et la faune sauvages avec le minimum d'intervention humaine compatible avec les intérêts du dehors, tels que ceux de l'agriculture et ainsi de suite. C'est pourquoi nous répugnons à nous embarquer dans un programme organisé de contrôle des bêtes sauvages. Nous n'avons jamais voulu nous dégager, dans ce domaine, du fardeau de nos responsabilités; là où des difficultés ont surgi, nous avons établi un minimum de contrôle, visant à réduire le nombre des animaux sauvages, tout en conservant assez pour qu'ils constituent une partie de notre faune, sans nuire à l'agriculture. Il nous faut toutefois voir les choses en face et admettre qu'aussi longtemps que nos bêtes de proie seront en liberté, elles trouveront le moyen, de temps à autre, de sortir des limites du parc.

L'hon. M. STAMBAUGH: A l'heure actuelle, ils trouvent dans ces parcs purement et simplement un refuge?

M. MAIR: J'hésiterais à me prononcer catégoriquement. Je ne nierais pas qu'ils y trouvent un refuge, étant donné que nous n'en acceptons qu'un nombre limité. Mais ce n'est pas exactement un refuge au sens propre du mot, étant donné qu'en dehors des limites du parc il y a tout autant de bêtes carnassières. J'ai fait pendant plusieurs années partie du corps des contrôleurs de bêtes de proie, en Colombie-Britannique et je crois pouvoir avancer hardiment qu'il y en a autant et plus hors de l'enceinte du parc qu'à l'intérieur; il en va de même pour la plupart de nos parcs de l'Ouest.

L'hon. M. STAMBAUGH: Ces animaux ne peuvent être chassés par les habitants des régions environnant les parcs? Ils ne peuvent être poursuivis à l'intérieur des enceintes?

M. MAIR: C'est exact; j'ajoute cependant que chaque fois qu'on nous a adressé des réclamations bien fondées, nous avons toujours collaboré avec les services provinciaux afin de résoudre le problème, sans renier nos responsabilités envers le public canadien. En ma qualité d'ancien agriculteur, je conçois ce que représente à l'heure actuelle pour un cultivateur la perte d'un bœuf victime des bêtes de proie. Au cours des années 30, les agriculteurs ne se donnaient même pas la peine de retirer un bœuf hors d'un trou de vase où il s'enlisait, car le jeu ne valait pas la chandelle; mais aujourd'hui il en va autrement et nous nous en rendons parfaitement compte.

En outre, nous tenons à l'œil les bêtes de proie dans les parcs nationaux, à cause du problème de la rage qui se pose dans l'Ouest. Aussitôt que la situation fut connue, nous avons activement participé à la lutte contre ce fléau. Nous avons attaqué la question des loups, des renards et des coyotes afin qu'ils ne se mettent pas à pulluler dans nos parcs nationaux, qui doivent demeurer des réservoirs partout où le problème peut renaître.

L'hon. M. HOWDEN: Monsieur le président, je voudrais mentionner un incident auquel je songe: il y a de cela quelques années, alors que j'étais au parc de Riding-Mountain, les autorités du parc avaient passé des contrats avec les cultivateurs auxquels elles cédaient leur foin; les cultivateurs devaient se charger de le couper et de l'emporter. Cet hiver-là, près de 1,800 élans s'échappèrent du parc et dévorèrent tout le foin que les agriculteurs avaient rentré. Si le foin en question était demeuré à l'intérieur du parc, les agriculteurs n'auraient pas subi de perte sèche.

M. MAIR: Je crains d'avoir moins qualité pour me prononcer là-dessus que ceux qui ont travaillé plus longtemps que moi pour les parcs nationaux; néanmoins, je crois comprendre que les contrats quant au foin sont un usage qui remonte si loin, que certains des intérêts agricoles de la région en dépendent presque entièrement. A mon sens, si le foin demeurait à l'intérieur du parc la faune sauvage en retirerait avantage.

L'hon. M. HOWDEN: C'est ce que je pensais, surtout compte tenu du fait qu'en automne et en hiver de l'an dernier nombre d'élans sont morts de faim.

M. MAIR: Depuis cette époque, le nombre des élans a beaucoup baissé et la situation actuelle n'est plus la même. Nous avons étudié plus à fond le problème de la faune sauvage et nous le comprenons mieux; nous nous proposons de ne pas laisser le nombre des bêtes de proie atteindre un chiffre dangereux.

Le PRÉSIDENT: Un de mes amis américains qui est venu me voir il y a quelques semaines, a été profondément indigné par un article, qu'il avait lu dans une revue des Etats-Unis et qui traitait de ce qu'il qualifia de massacre des oies canadiennes dans l'Illinois méridional. Sans doute, avons-nous ten-

dance à considérer ces oies comme oiseaux nationaux; mais quand elles émigrent hors de nos frontières et que nos voisins enfreignent les lois sur le gibier pour en faire une hécatombe, sommes-nous autorisés à nous montrer indignés? En somme, une fois qu'elles sont hors de chez nous, ces oies échappent à notre surveillance, que ce soit en Illinois ou ailleurs. Je me demande si nous sommes en mesure de faire entendre des protestations dans un cas de ce genre?

M. MAIR: Si le problème devenait aigü en ce qui concerne les oiseaux aquatiques migrateurs, nous pourrions protester à bon droit; mais sans l'ombre d'un doute, dans un cas comme celui-ci, ce que nous devons faire en premier lieu...

Le PRÉSIDENT: Vous avez soulevé la question?

M. MAIR: Oui; je vais vous citer les chiffres dans un instant. Dans le domaine qui nous intéresse, nous travaillons par-dessus la frontière en collaboration étroite avec l'organisme qui correspond au nôtre: l'*United States Fish and Wildlife Service*. Quand un problème surgit, du genre de ceux qui nous intéressent, la première chose que nous faisons c'est de prendre contact avec cet organisme. Nous l'avons fait dans le cas en question, étant donné que certaines des affirmations incendiaires de l'article, nous semblaient exagérées. Le Directeur de l'*United S.F.W.S.* nous a répondu, et nous avons en outre reçu une lettre du Directeur de l'*Illinois State Game Service*.

Je dois citer les chiffres de mémoire et il se peut qu'ils ne soient pas parfaitement exacts. Les recherches statistiques montrent que dans la région en cause, l'année où l'article fut écrit, il n'y avait pas 200,000 oies ou davantage mais 123,000 seulement; on n'a pas tué 100,000 oies mais bel et bien entre 25,000 et 30,000; il n'est pas exact non plus que sur cinq oiseaux tués, on n'ait pu en retrouver qu'un seul; les chiffres officiels communiqués par le *U.S. Federal Service and State Agencies* montrent que sur quatre oiseaux abattus, il n'y en a eu qu'un de perdu. Le tableau d'ensemble brossé dans l'article se présente donc en réalité sous un jour quelque peu différent. En outre, le papier a déformé les faits quant aux mœurs et coutumes des chasseurs; mais nous avons estimé qu'il s'agissait ici d'un problème d'éthique et non de conservation de la faune et que, par conséquent, il n'était pas de notre ressort.

J'estime que l'article dont il s'agit va avoir des répercussions considérables.

L'hon. M. BAIRD: Mais même 25,000 ou 30,000 oiseaux représentent un carnage considérable.

M. MAIR: C'est vrai, mais cela n'a rien d'inhabituel. Il faut tenir présent à l'esprit le fait qu'à l'origine, la région n'avait que bien peu d'oies; aujourd'hui il existe là un sanctuaire, à l'intérieur duquel le nombre d'oiseaux s'accroît dans une proportion telle, qu'ils causent de véritables déprédation. Les habitants aimeraient pouvoir rentrer leur moisson. La population humaine de la région est très dense, car Chicago n'est pas loin, ainsi que d'autres grands centres; c'est pourquoi les chiffres cités ne sont pas excessifs.

Sauf erreur, chaque chasseur a un jour entier de chasse et peut garder pour lui deux oies. Ainsi, le chasseur américain a la part moins large que sous les règlements du Canada. Cela découle sans doute du nombre plus grand de chasseurs, conséquence de la densité de la population.

L'hon. M. STAMBAUGH: Monsieur le président, je voudrais que M. Mair nous dise quelles mesures prend son département, pour protéger les agriculteurs situés sur le parcours qu'empruntent les canards à l'automne, époque à laquelle ils mangent les céréales des cultivateurs?

L'hon. M. HAIG: Les lois provinciales sur le gibier ne réglementent-elles pas cela?

L'hon. M. ROSS: Elles doivent sûrement le faire.

L'hon. M. STAMBAUGH: Je parle des oiseaux migrateurs, au sujet desquels M. Mair est bien renseigné; il est en mesure de répondre à ma question.

M. MAIR: La situation est plutôt compliquée; nous faisons et nous appliquons les règlements; mais ceux-ci se fondent sur l'opinion motivée des autorités provinciales et de l'autorité fédérale.

Tous les ans, au mois de juin, nous tenons à Ottawa une conférence à laquelle assistent les représentants des provinces et nous y discutons tous ces problèmes. Nous les réglons selon les principes qui nous, semblent pertinents et nous soumettons la chose à l'approbation des gouvernements provinciaux. Enfin, les règlements nous reviennent et prennent force de loi.

L'hon. M. HAIG: Sont-ce alors des lois provinciales?

M. MAIR: Non pas, fédérales.

L'hon. M. HAIG: Le nombre de canards que nous pouvons tuer au Manitoba n'est pas déterminé par une loi provinciale?

M. MAIR: C'est une loi fédérale.

L'hon. M. HAIG: Mais le Manitoba vote tous les ans la loi concernant l'ouverture de la saison.

M. MAIR: La province peut l'adopter dans ses règlements mais c'est une loi fédérale.

L'hon. M. HAIG: Nous avons eu une controverse semblable au sujet des oiseaux marins.

M. MAIR: C'est exact. Cela relève du gouvernement fédéral et les règlements s'y rapportant émanent du gouvernement central et sont appliqués surtout grâce à la Gendarmerie royale; mais les préposés provinciaux au gibier peuvent être nommés aux termes de la loi fédérale, et c'est bien le cas dans toutes les provinces, sauf peut-être pour l'une d'entre elles.

L'hon. M. BEAUBIEN: Votre ministère se charge-t-il des poursuites pour infractions aux règlements? Ou les provinces s'en occupent-elles?

M. MAIR: Les deux. Je ne devrais pas dévoiler les secrets professionnels; mais, de fait, il arrive que si le cas est grave, les provinces poursuivent les délinquants en invoquant ceux des règlements qui leur semblent les plus appropriés.

L'hon. M. HAIG: Seulement pour les canards et les oies?

M. MAIR: Pour tout le gibier d'eau.

L'hon. M. HAIG: Est-ce tout?

M. MAIR: Oui. Les oiseaux des hautes-terres échappent à nos règlements, ainsi que le gibier à l'intérieur des provinces.

L'hon. M. HAIG: Je sais qu'au Manitoba on peut tuer certains élans.

L'hon. M. ASELTINE: C'est matière provinciale.

L'hon. M. HAIG: Oui.

M. MAIR: Je suis entré dans nos Services le 1^{er} août 1952, au moment même où le problème devenait impérieux dans l'Ouest du pays. Aux termes de nos règlements, nous pouvons accorder des permis visant à protéger les récoltes des atteintes des oiseaux migrateurs. Autrefois c'est Ottawa qui émettait tous ces permis. Le commissaire au gibier ou l'un de nos fonctionnaires, télégraphiait à Ottawa et nous émettions le permis voulu, par l'intermédiaire de nos services; le ministre les signait et toute la procédure représentait une grande perte de temps. Nos règlements permettent de déléguer une certaine autorité à d'autres organismes. Aujourd'hui, nous avons adopté de nouveaux règlements grâce auxquels les permis en question peuvent et doivent être émis par les commissaires provinciaux au gibier. Nous avons

pensé que la formule était bonne, étant donné que ces commissaires, étant sur place, peuvent mieux se rendre compte de la conjecture existante et sauver ainsi un temps précieux. L'expérience a montré que l'élément "temps" est essentiel quand il s'agit d'éviter les dommages causés par les canards. En outre, nous avons assoupli les règlements s'appliquant dans l'Ouest à la durée de la saison cynégétique, au nombre d'oiseaux que les chasseurs peuvent emporter dans leur carnassière, ainsi qu'au nombre de ceux qu'ils peuvent garder, nous efforçant ainsi de réduire la quantité de gibier d'eau. Nos services estiment que puisque ces oiseaux existent, il est tout aussi bien d'en profiter. Selon nous, notre rôle dans ce domaine est double: d'abord maintenir la population aviculaire, dans l'intérêt bien compris des chasseurs ici et au sud; ensuite détruire les oiseaux dans la proportion qu'autorise une sage administration; nous nous efforçons d'y parvenir sans perdre de temps.

L'hon. M. ASELTINE: Parlant de destruction les canards se chargent d'en faire dans la Saskatchewan!

M. MAIR: En effet.

L'hon. M. CRERAR: Si nous en avons terminé avec les canards, le témoin pourrait-il nous dire quelques mots sur la situation qui règne au Parc de Wood-Buffalo? C'est, en principe, un refuge pour bisons.

M. MAIR: Il est un peu plus facile de dénombrier les bisons que les canards; néanmoins des chiffres exacts sont difficiles à obtenir. Pour autant que nous ayons pu nous en assurer, à l'heure actuelle le Parc national de Wood-Buffalo en contient de 12,000 à 13,000.

L'hon. M. CRERAR: Leur nombre augmente.

M. MAIR: Oui, mais moins rapidement que nous ne pourrions le souhaiter. Nous avons, à Fort-Smith, un fonctionnaire qui étudie le problème et nous possédons sur la question des idées bien établies. L'accroissement est moins rapide que nous ne voudrions. Il existe peut-être une sorte de plafond écologique (une partie de la région ne pourrait en nourrir au delà d'un certain nombre); mais nous ne constatons ni détérioration, ni famine. Il faut tenir compte des maladies, mais celles-ci ne semblent pas affecter la faculté de reproduction des animaux. Nous en éliminons à l'heure actuelle un certain nombre; la chose relève de fait de l'administration des territoires du nord, et nous la suivons de très près, pour voir si l'élimination de certains groupes d'animaux se répercutera sur la cadence de reproduction.

L'hon. M. CRERAR: Ces animaux sont-ils presque tous bien portants?

M. MAIR: Il y a parmi eux une certaine proportion de tuberculose et la chose est connue depuis longtemps. Pour autant que je sache, la maladie ne se répand pas et nous estimons que grâce à nos efforts, cette proportion pourra même décroître. Autrement, les animaux sont assez bien portants.

L'hon. M. CRERAR: La population de bœufs musqués augmente-t-elle ou fléchit-elle? Je n'en suis plus au chapitre du Parc de Wood-Buffalo.

M. MAIR: Elle augmente. A l'époque où nous décrétâmes une protection complète de ces animaux, il n'en existait presque plus. Des enquêtes récentes, portant sur les deux ou trois années passées, ainsi que les rapports de l'aviation et des pilotes de brousse et ainsi de suite, témoignent d'un accroissement du nombre des bœufs musqués. Il est difficile d'établir des proportions précises, car plus de gens parcourent plus de milles par voie des airs, ce qui fait que, dénombant plus d'animaux qu'avant, nous ne pouvons déterminer cependant dans quelle proportion cette augmentation découle de l'accroissement des surfaces observées; toutefois il n'y a pas danger d'une réduction du nombre des bœufs musqués.

L'hon. M. CRERAR: Ils ne se reproduisent qu'une fois tous les deux ans.

M. MAIR: En effet. Étant donné qu'ils habitent une région aride, dans des conditions pénibles, et que les mères allaitent leurs veaux pendant une longue période, il est possible que le rythme de reproduction se soit ralenti et ne soit plus annuel; on a avancé que si les veaux étaient enlevés à leurs mères tous les ans et élevés comme animaux domestiques, les naissances pourraient devenir annuelles.

L'hon. M. CRERAR: J'espère que le problème sera étudié sous toutes ses faces, avant qu'on prenne une mesure semblable.

M. MAIR: On a déjà fait quelques essais de domestication.

L'hon. M. BAIRD: Le fait que la mère allaite son veau pendant si longtemps, l'empêcherait de devenir enceinte de nouveau.

M. MAIR: Ce semblerait bien être le cas. Je pense que la situation serait modifiée si nous enlevions les veaux à leurs mères.

M. le PRÉSIDENT: Au nom du comité je tiens à remercier M. Mair pour son excellent exposé. Je propose que nous interrogeons maintenant le colonel Childe, surintendant des Parcs nationaux et des lieux historiques.

Le colonel C. G. Childe, surintendant des Parcs nationaux et des lieux historiques:

Merci, monsieur le président.

L'hon. M. BAIRD: Que faites-vous exactement à l'heure actuelle, quant aux lieux historiques, à Terre-Neuve, colonel Childe? Est-ce M. Geoffrey qui est le représentant?

Col. CHILDE: Oui.

L'hon. M. BAIRD: Et vous vous êtes attelé à la tâche avec énergie?

Col. CHILDE: Dans la mesure de nos moyens.

L'hon. M. BAIRD: Que voulez-vous dire par "dans la mesure de nos moyens?"

Col. CHILDE: C'est qu'il existe une pléthore de ce qu'on pourrait baptiser difficultés juridiques. Ainsi nous ne pouvons dépenser des fonds publics pour des lieux qui ne nous appartiennent pas, qui ne sont pas propriétés de la Couronne. Nous nous efforçons toutefois de rattraper le retard existant à Terre-Neuve aussi rapidement que possible.

L'hon. M. BAIRD: Vous êtes pénétrés de l'importance des lieux historiques nationaux?

Col. CHILDE: Très certainement; mais l'histoire de Terre-Neuve remonte très haut, comme vous le savez.

L'hon. M. BAIRD: Je voulais précisément savoir ce que vous faisiez là-bas.

L'hon. M. ROSS: On a jadis construit à Banff un logement pour sir John A. Macdonald. Je ne sais s'il y a jamais vécu, mais la maison est toujours là. A-t-on pris des mesures pour la conserver en tant que monument historique?

Col. CHILDE: Non, monsieur; mais je la connais très bien, elle est près de l'hôtel.

L'hon. M. ROSS: On n'a rien fait pour la classer comme monument historique?

Col. CHILDE: Non, étant donné qu'elle appartient à des particuliers.

L'hon. M. ROSS: Ah oui, c'est vrai.

M. le PRÉSIDENT: Je me rappelle qu'il y a quelques années, j'étais à l'Hôtel de Banff-Springs; on m'avait alors montré un édifice (un bungalow ou quelque chose de ce genre) en m'affirmant qu'il avait été construit pour l'usage per-

sonnel de sir John A. Macdonald à l'époque où le parc était ouvert au public. Je me demande si cet édifice existe toujours et ce qu'on a fait en ce qui le concerne. Sans doute on a pu me donner à son sujet des renseignements erronés.

Col. CHILDE: Pour autant que je sache, il est toujours là.

L'hon. M. ROSS: Oui, je crois bien.

M. le PRÉSIDENT: La maison qu'on m'avait montrée n'était peut-être pas celle destinée à sir John.

Col. CHILDE: Quoiqu'il en soit c'est une tradition locale de Banff.

L'hon. M. ROSS: Il me semble que M^{me} Macdonald y a vécu.

M. le PRÉSIDENT: S'il existe là-bas un édifice de ce genre, cela représente un facteur historique intéressant.

Col. CHILDE: Il serait malaisé de le restaurer et de le conserver; ce n'est qu'une maison à charpente de bois, qui était un châlet estival.

L'hon. M. ROSS: C'est bien cela.

L'hon. M. ISNOR: Vous avez accompli d'excellente besogne en ce qui concerne la citadelle d'Halifax.

Col. CHILDE: Je suis ravi de vous l'entendre dire; nous y avons dépensé beaucoup d'argent mais l'an dernier elle a été visitée par près de 80,000 personnes.

L'hon. M. ISNOR: Nous sommes enchantés d'avoir pu vous entendre.

Col. CHILDE: Merci monsieur.

L'hon. M. CRERAR: Je n'ai qu'une chose à dire. Il me semble que, dans le domaine des lieux historiques, il nous faut tenir compte de leur importance relative. Il y a 65 ans j'ai puisé de l'eau dans un petit puit alimenté par une source. A mon sens, cet endroit demeure un lieu historique, mais je ne propose pas qu'on l'immortalise par un monument ou par une plaque.

L'hon. M. BAIRD: Qui le proposerait, grand Dieu!

M. le PRÉSIDENT: La Commission des lieux historiques s'en prend-elle parfois à leur origine? Il me souvient que dans la région où j'habitais, nous avions deux endroits remarquables. L'un se nommait *Slide Out* et l'autre *Whoopup*; on avait proposé de les classer comme lieux historiques; mais un des premiers membres de la commission s'y opposa parce que ces endroits étaient autrefois des centres de vente de whisky; toutefois, bien que non officiellement classés, on les considère comme étant des endroits extrêmement historiques.

Le Comité s'ajourne, sur motion du président.

APPENDICE

PARCS NATIONAUX DU CANADA

INITIATIVES ET ESSOR AU COURS DE 1953

(Renseignements fournis par M. J. A. Hutchison, Directeur, des Parcs nationaux
Ministère du nord canadien et des ressources nationales—
Division des régions septentrionales et des terres, Ottawa)

Introduction

C'est la sixième année de suite, que le nombre des visiteurs des parcs nationaux du Canada a battu tous les records précédents. Au cours de 1953, le nombre des visiteurs estivaux avait plus que doublé depuis 1948. C'est pourquoi, pendant les mois de pointe, les touristes trouvaient peine à se loger. Les crédits prévus pour l'année financière ont permis de faire nombre d'améliorations supplémentaires dans les parcs, entre autres celles ayant trait à l'amélioration et l'extension des terrains de campement et des moyens de récréation, ainsi que celles touchant à l'amélioration continue des grand-routes traversant les parcs et au bétonnage des artères principales.

Touristes dans les parcs

Entre le 1^{er} avril et le 31 décembre 1953, 3,007,670 visiteurs sont entrés dans les parcs nationaux, 458,000 personnes de plus que pour la période correspondante de 1952,—soit un accroissement de 18 p. 100 ce qui constitue un record jamais atteint encore. L'accroissement du nombre de visiteurs s'est surtout fait sentir dans les parcs de Banff, Elk-Island, Jasper, Kootenay, Pointe-Pelée, Île du Prince-Édouard et Riding-Mountain. La répartition des visiteurs dans chaque parc et les chiffres comparés pour 1952 sont à l'annexe du présent rapport.

Crédits

Au courant de l'année financière, on a mis à la disposition du Service des parcs nationaux et des lieux historiques près de \$7,700,000. Sur ce total, on a consacré plus d'un million à l'aménagement et à l'amélioration des routes, des ponts et des pistes, dans les parcs; en outre \$200,000 servirent au bétonnage des routes et des rues à l'emplacement des villes. \$80,700 couvrirent les frais de réclame et de renseignements et on a mis à la disposition des autorités une somme de \$230,000 pour leur permettre de poursuivre les réparations de la citadelle d'Halifax et des murs de fortifications à Québec ainsi que de la Terrasse Dufferin dans cette ville. Des crédits supplémentaires ont servi à améliorer les approches des villes, des terrains de campement, des parcs à remorques, des terrains de stationnement, à aménager de nouveaux moyens de récréation (y compris les établissements de natation portatifs, le matériel de terrain de jeux et les accessoires de campement).

Amélioration des grand-routes

Au cours de la saison passée, le programme d'amélioration des grand-routes n'a pas été aussi vaste que celui de l'année précédente, mais a permis toutefois d'améliorer près de 120 milles d'avenues et de routes traversant les parcs,—dont 15 milles recouverts de gravier, 8 milles d'asphalte préparé; le reste fut couvert de gravier ou de pierre concassée et recouvert d'asphalte.

Dans le parc Jasper, 28 milles de la grand-route Banff-Jasper ont été recouverts d'asphalte et de pierre éclatée imperméable. Dans le parc de Riding-Mountain, on a fait subir le même traitement à 33 milles de la grand-route n° 10; dans le parc de l'Île du Prince-Édouard on a recouvert d'asphalte et d'éclats de pierre 10 milles des grand-routes de Dalvay Stanhope et de Ristico New London Bay Highways.

C'est sur la grand-route Banff-Jasper, dans le parc Jasper, qu'on a recouvert de gravier la surface la plus étendue,—soit 7 milles. Des surfaces plus petites, allant d'un demi-mille à 3 milles furent recouvertes dans les parcs de Banff, Prince-Albert, Pointe-Pelée et Fundy.

En collaboration avec les entrepreneurs de la route trans-canadienne à Banff, on a amélioré l'entrée de l'Est. Il y a désormais deux routes que peuvent emprunter les autos entrant dans le parc; sur une troisième route circulent les voitures déjà munies de leur permis, tandis qu'une quatrième piste est destinée aux touristes sortant du parc.

Logements pour touristes

Des logements supplémentaires, dont le besoin se faisait sentir de façon urgente, ont été mis à la disposition des touristes dans plusieurs parcs, au cours de la saison passée, et surtout grâce aux efforts de l'entreprise privée; il faut tout particulièrement noter l'ouverture du nouveau *Jasper Park Lodge*, remplaçant celui qui fut détruit par un incendie en 1952.

Les cabines achetées l'an dernier par le ministère, au parc de Elk-Island, ont été terminées et après une mise en adjudication ont été louées à un concessionnaire. Il y a là 19 cabines munies de tout le confort. En outre, dans le courant de l'année, on a mis à la disposition des touristes: trois cabines au parc Yoho; neuf bungalows et un duplex au parc Kootenay; un motel de 8 cabines à Banff; deux cabines et un motel de 9 cabines à Prince-Albert; trois bungalows et un motel de 24 chambres à Riding-Mountain. En outre on a avancé l'aménagement d'un camp de 4 cabines, situé dans le parc de Mount-Revelstoke.

On a par ailleurs accru l'espace des terrains de campement afin de les rendre mieux aménagés pour ceux qui ont des remorques ou qui transportent leur propre matériel de campement. On trouve dans certains parcs de nouveaux abris servant de cuisine, des canalisations d'eau, d'électricité et d'égout, ainsi que des prises électriques pour remorques, plus de place pour stationner et des fourneaux en plein air. On a installé de nouveaux terrains de campement à Bow-Summit à Banff, ainsi qu'à l'extrémité occidentale du district de Cavendish, dans le parc de l'Île du Prince-Édouard. A Waskesiu, dans le parc du Prince-Albert, les nouveaux terrains de campement peuvent contenir 58 cabines portatives. Dans le parc d'Elk-Island, on a ajouté deux acres au terrain de campement de Sandy-Beach, et on y trouve dorénavant de nouveaux fourneaux, des tables et d'autres accessoires. Le terrain Headquarters, dans le parc de Fundy, a été élargi et peut contenir aujourd'hui 50 voitures supplémentaires. On trouve là un poste de repos, une vaste cuisine communautaire et un fourneau de plein air à trois trous. On construit un nouveau terrain de campement dans le parc de Pointe-Pelée; on y a déjà installé des canalisations d'eau et d'égout, ainsi que l'espace requis pour 15 remorques; ce terrain sera entièrement aménagé pour la saison de 1954.

Moyens de récréation

Les nouveaux moyens de récréation, aménagés cette année, comprennent trois quais à bateaux dans le parc Riding-Mountain; cinq établissements de bain portatifs à Pointe-Pelée, ainsi qu'un matériel de terrain de jeu; un musée exploité par des particuliers est situé à Banff; l'entrée en est gratuite et il renferme une collection intéressante d'objets indiens et de pièces d'intérêt historique.

Le sable a partout été remplacé par une pelouse sur le terrain de golf à 18 trous situé aux lacs Waterton. A Waterton également, le cinéma en plein air a été très favorablement accueilli. A Elk-Island on a installé un nouveau terrain pour jeu de boules et trois nouveaux courts de tennis. En outre, on a aménagé des balançoires et des balançoires à bascule à Fundy, ainsi que cinq nouveaux puits et 25 fourneaux de camp et abris à Pointe-Pelée.

Dans tous les parcs on s'est efforcé de procurer plus d'espace de stationnement, autour des terrains de jeu et de récréation. Aux lacs Waterton et à Jasper on essaie d'améliorer, en vue de l'hiver prochain, les routes menant aux pistes de skis, de dégager les pentes et d'installer de nouvelles pistes. Des améliorations semblables ont été entreprises au Mont Norquay, dans le parc de Banff.

Parcs nationaux et lieux historiques

A la forteresse de Louisbourg, on a fait des fouilles archéologiques qui ont permis de mettre à jour les fondations du premier hôpital de l'endroit. Une partie de ces fondations a été restaurée. Un monument de pierre taillée a été inauguré à Port-Royal, où il marque l'emplacement de Fort Scot, construit en 1629 par les colons de Sir William Alexander. Un relevé officiel de la citadelle d'Halifax permettra dans un avenir rapproché de la classer comme parc historique. On a réparé en grande partie les remparts de la citadelle et on a abattu certains édifices modernes qui empiétaient sur cet emplacement. On a commencé la restauration de la Terrasse Dufferin dans la ville de Québec, restauration qui sera complète et qu'a rendu possible un accord tripartite entre le ministère, la ville de Québec et le Pacifique-Canadien.

Pêche sportive

Au cours de 1953, les limnologues attachés au service Canadien de la faune sauvage, ont poussé leurs études jusqu'au parc Yoho; ils ont fait un relevé et une enquête approfondie, portant sur toutes les eaux poissonneuses; ils ont également étudié dans une certaine mesure les eaux douces des parcs de Banff, Prince-Albert, Riding-Mountain, Elk-Island, Fundy et Cape Breton Highlands. Pendant l'année on a fourni des directives et des conseils d'ordre technique au personnel des établissements de pisciculture des parcs de Banff, Jasper et lacs Waterton.

On a poursuivi les études et les enquêtes portant sur la vie et les moeurs de la truite "dolly varden", dont on voudrait recueillir des spécimens aux fins de pisciculture. Le programme de recensement des poissons a été mis en œuvre dans le courant de l'année, dans tous les parcs, avec un franc succès.

Programmes pour 1954-1955

Les crédits ministériels pour l'année financière 1954-1955 ont un chapitre consacré à l'entretien et à l'essor des parcs nationaux. Sur un crédit global de \$7,966,555, on a dévolu \$1,119,332 à l'aménagement de routes, de ponts et de pistes et \$580,000 au bétonnage des routes.

Toujours pour l'année financière 1954-1955, les programmes routiers prévoient une somme de \$602,353 pour la reconstruction d'un tronçon de la grande route Banff-Jasper, situé dans le Parc national de Banff (Mille 0 à Mille 10) et \$25,000 pour la réfection de la route du Mont Norquay. Dans le parc de Cape Breton Highlands on va consacrer \$350,000 pour recouvrir de ciment préparé la piste Cabot (Mille 0 à 18.5, allant de l'entrée du parc à Neil Harbour). Des crédits sont consacrés à la poursuite de la construction de la route Shepody, dans le parc de Fundy—soit \$20,000, plus \$10,000 pour la route Quarante-Cinq et \$10,000 pour la route de Herring Cove. Dans le parc Jasper on va dépenser \$53,000 pour les réparations essentielles et le coulage d'une base d'asphalte sur les 20 premiers milles de la grand-route allant de Banff à Jasper; en outre 7.7 milles de la même route (milles 48.3 à 56) recevront une base d'asphalte, ce

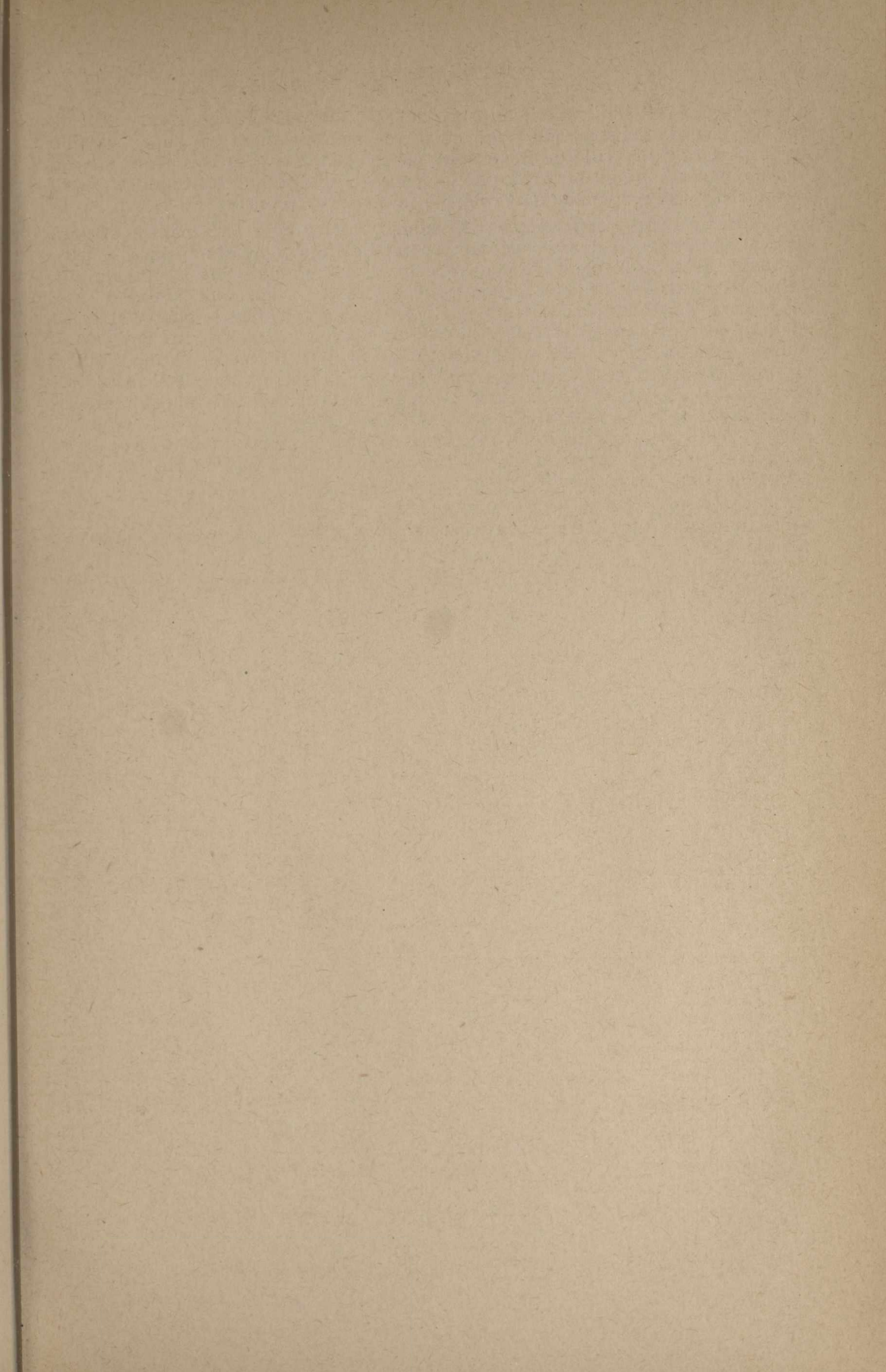
qui coûtera \$148,000. Quant au parc de Mont-Revelstoke, on a mis de côté \$80,000 pour la construction d'un terrain de stationnement et d'une nouvelle route partant de la ville de Revelstoke même. Au parc des lacs Waterton, on va renouveler 2 milles de surface de la grand-route de Chief Mountain et on va recouvrir d'un revêtement imperméable la route Akamina.

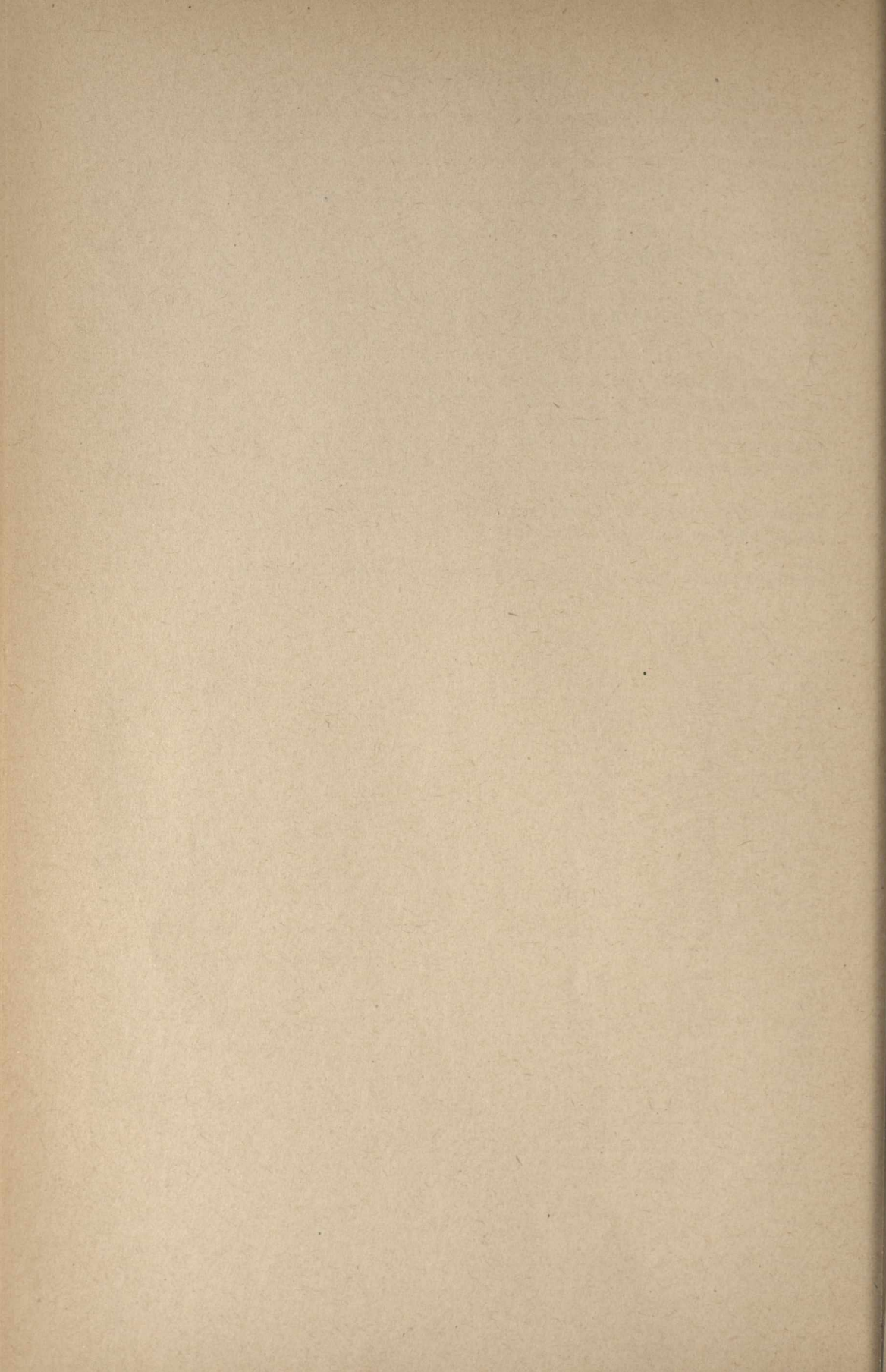
Parmi d'autres programmes intéressants, il faut citer l'aménagement d'un parc à remorques au terrain de campement de Tunnel Montain, dans le parc de Banff, le remplacement du pont Whirlpool, au mille 15, sur la grand-route Jasper-Banff (parc Jasper), projet pour lequel on a introduit \$100,000 dans les crédits; l'installation d'un club sur le terrain de golf dans le parc Waterton, et dont le coût sera de \$40,000; et la construction dans le parc Yoho d'un pont à fermes d'acier, au Mille 4 de Yoho, sur la route de l'Yoho Valley. On prévoit aussi l'aménagement d'un musée à Baddeck (Nouvelle-Écosse) qui abritera les souvenirs d'Alexander Graham Bell; on va aussi poursuivre le recrépissement et les réparations de la citadelle d'Halifax, ce qui coûtera croit-on \$100,000. D'autres travaux comprennent les réparations aux fortifications de Québec, la restauration et les réparations de la Terrasse Dufferin (province de Québec) et d'autres parcs nationaux et lieux historiques.

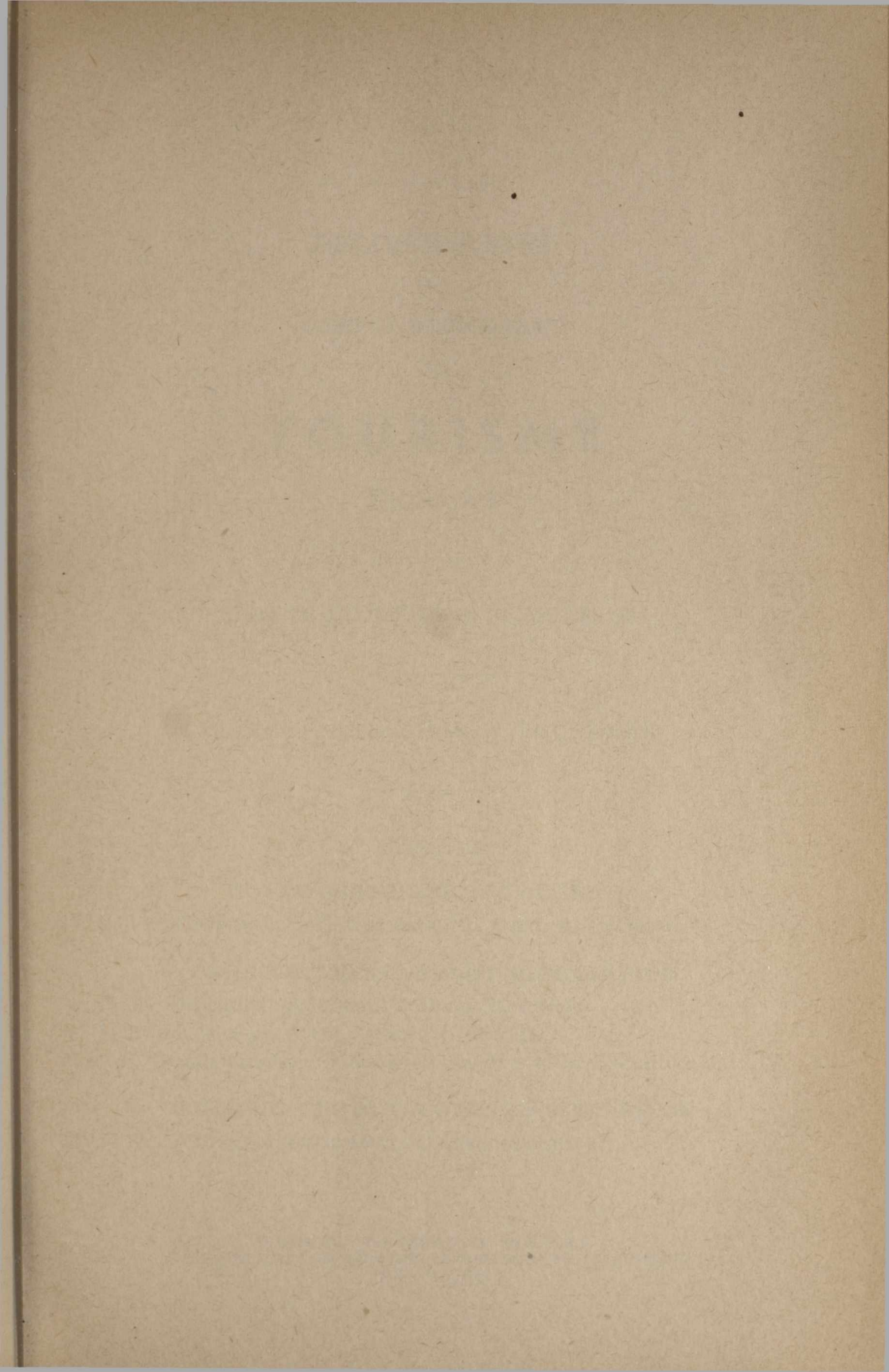
On se propose par ailleurs d'améliorer les moyens de récréation dans divers parcs nationaux et d'étendre les services municipaux dans les emplacements des parcs.

Ci-dessous une liste des parcs nationaux du Canada, avec leurs emplacements et leurs régions:

	1953	1952	Augmenta- tion ou diminution
PARCS NATIONAUX—			
Banff.....	616,348	539,147	+ 77,201
Cape Breton Highlands.....	33,610	35,372	- 1,762
Elk Island.....	175,382	134,870	+ 40,512
Fundy.....	107,793	101,139	+ 6,654
Georgian Bay Islands.....	14,425	9,417	+ 5,008
Glacier.....	549	866	- 317
Jasper.....	131,122	102,370	+ 28,552
Kootenay.....	225,196	170,175	+ 55,021
Mount-Revelstoke.....	13,492	14,041	- 549
Point-Pelée.....	427,488	307,741	+ 119,747
Prince Albert.....	118,720	105,034	+ 13,686
Île-du-Prince-Édouard.....	146,827	122,290	+ 24,537
Riding-Mountain.....	465,469	389,163	+ 76,306
St. Lawrence Islands.....	32,937	42,541	- 9,604
Waterton Lakes.....	207,533	195,562	+ 11,971
Yoho.....	22,445	40,681	- 18,236
Total partiel.....	2,739,336	2,310,609	- 428,727
PARCS NATIONAUX ET LIEUX HISTORIQUES—			
Fort-Anne.....	19,049	20,449	- 1,400
Fort-Battleford.....	11,301	11,259	+ 42
Fort Beauséjour.....	21,430	23,249	- 1,819
Fort-Chambly.....	67,832	76,032	- 8,200
Fort-Lennox.....	9,330	9,668	- 338
Forteresse de Louisbourg.....	20,313	18,729	+ 1,584
Fort-Malden.....	15,690	14,132	+ 1,558
Fort-Wellington.....	8,130	8,562	- 432
Halifax Citadell.....	79,516	41,031	+ 38,485
Port Royal Habitation.....	15,743	15,150	+ 593
Total partiel.....	268,334	238,261	+ 30,073
Total global.....	3,007,670	2,548,870	+ 458,800







SÉNAT DU CANADA

1953-1954

DÉLIBÉRATIONS

DU

COMITÉ PERMANENT

DU

TOURISME

Fascicule 2

SÉANCE DU JEUDI 18 FÉVRIER 1954

Président: l'honorable W. A. BUCHANAN

TÉMOINS:

HOTEL ASSOCIATION OF CANADA

M. Dalton J. Caswell, président exécutif, Sundridge (Ontario).

CANADIAN RESTAURANT ASSOCIATION

M. C. H. Millbourn, président, Toronto (Ontario).

M. Jack Sim, vice-président, Ottawa (Ontario).

Mme F. G. Montgomery, administratrice-directrice, Toronto (Ontario).

ONTARIO TOURIST COURTS ASSOCIATION

M. F. W. Butler, administrateur, Ottawa (Ontario).

MEMBRES DU COMITÉ PERMANENT DU TOURISME

Président: l'honorable W. A. BUCHANAN.

Les honorables sénateurs:

Baird
Basha
Beaubien
Bishop
Bouchard
Bouffard
Buchanan
Crerar
Daigle

Davies
Duffus
Dupuis
DuTremblay
Fraser
Gershaw
*Haig
Horner
Isnor

King
*Macdonald
McIntyre
McLean
Pirie
Roebuck
Ross
Tremblay—(24)

*Membre d'office.

ORDRE DE RENVOI

EXTRAIT des Procès-verbaux du Sénat du Canada,
Jeudi 26 novembre 1953.

Avec la permission du Sénat, et—

Sur la proposition de l'honorable sénateur Buchanan,

Il est ordonné—“Que le Comité permanent du tourisme soit autorisé à enquêter et à faire rapport sur l'activité des divers organismes qui s'occupent de favoriser le tourisme au Canada. Le Comité demande l'autorisation d'assigner des témoins et d'ordonner la production de pièces et documents.”

Le greffier du Sénat,
L. C. MOYER.

JEUDI 18 février 1954.

Conformément à la motion d'ajournement et à l'avis de convocation, le Comité permanent du tourisme se réunit aujourd'hui à 11 heures du matin.

Présents: Les honorables sénateurs Buchanan, président; Baird, Basha, Beaubien, Bishop, Crerar, Davies, DuTremblay, Gershaw, Haig, Isnor, King, McIntyre, McLean et Ross. (15)

Aussi présents: Les sténographes officiels du Sénat.

Le Comité reprend l'examen de l'ordre de renvoi du jeudi 27 novembre 1953.

Les témoins suivants sont entendus au sujet des démarches faites par leurs associations pour aider au progrès de l'industrie touristique au Canada:

M. Dalton J. Caswell, président exécutif de l'*Hotel Association of Canada*, Sundridge (Ontario).

M. C. H. Millbourn, président de la *Canadian Restaurant Association*, Toronto (Ontario).

M. Jack Sim, vice-président de la *Canadian Restaurant Association*, Ottawa (Ontario).

M^{me} F. G. Montgomery, administratrice-directrice de la *Canadian Restaurant Association*, Toronto (Ontario).

M. F. W. Butler, administrateur de la *Ontario Tourist Courts Association*, Ottawa (Ontario).

A 1 heure de l'après-midi, le Comité s'ajourne.

Certifié conforme.

Le secrétaire du Comité,
JAMES D. MACDONALD.

TÉMOIGNAGES

LE SÉNAT

OTTAWA, jeudi 18 février 1954.

Le Comité permanent du tourisme, autorisé à faire enquête sur l'industrie touristique, se réunit aujourd'hui à 11 heures du matin.

L'hon. M. Buchanan préside.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, comme nous sommes en nombre, je déclare la séance ouverte. Au début de cette séance, je désire faire rapport au Comité d'une lettre que j'ai reçue de la part d'un monsieur de Burritt's Rapids qui a lu les comptes rendus de nos séances. Dans cette lettre, il se plaint que le Canada ne dépense pas suffisamment d'argent pour favoriser les voyages de tourisme et il demande donc qu'un plus fort crédit soit voté à cette fin. Il n'y a pas lieu de lire la lettre.

Nous avons entendu un certain nombre de plaintes, au cours des années, sur le service dans les restaurants, les hôtels et les motels. Le Comité m'a laissé la responsabilité de préparer nos assemblées; j'ai donc décidé qu'après les deux séances de la semaine dernière, il serait peut-être bon d'inviter des représentants de la *Canadian Hotel Association*, de la *Canadian Restaurant Association* et de l'*Ontario Tourist Courts Association*. Nous avons parmi nous, ce matin, M. Dalton J. Caswell, président exécutif de la *Canadian Hotel Association*, M. C. H. Millbourn, président de la *Canadian Restaurant Association*, M. Jack Sim, vice-président de la même association, M^{me} F. G. Montgomery, administratrice-directrice de la *Canadian Restaurant Association*, et M. F. W. Butler, de l'*Ontario Tourist Courts Association*. Je demanderais à M. Caswell, président exécutif de la *Canadian Hotel Association*, d'avancer. Il n'a préparé aucun exposé. Je l'ai averti, lorsque je lui ai parlé, que nous lui poserions des questions probablement sur un grand nombre de sujets et de se préparer le mieux qu'il pourrait pour y répondre. Je l'ai prévenu que certaines des questions pourraient avoir la tournure d'une critique.

M. Dalton J. CASWELL, président exécutif de la *Canadian Hotel Association*: Monsieur le président et honorables messieurs, je tiens d'abord, au nom des propriétaires de motels au Canada, à vous exprimer notre reconnaissance et nos remerciements pour l'aimable invitation que vous avez faite à notre association de vous envoyer un représentant aujourd'hui. Nous nous empresserons de répondre à vos questions et de vous dire tout l'intérêt que nous portons au commerce touristique au Canada. Il est bien naturel que ce sujet nous intéresse au plus haut degré. Nous sommes engagés dans une des plus grandes industries du Canada, laquelle joue un rôle très important dans l'économie du pays. Les honorables sénateurs seraient peut-être intéressés d'apprendre qu'en 1952, dernière année pour laquelle nous ayons de la statistique, notre chiffre d'affaires a été de 390 millions de dollars. Notre industrie est l'une de celles qui emploient la main-d'œuvre la plus considérable au pays; en 1952, nous avons payé en salaires à nos employés au delà de 88 millions de dollars. Dans la plupart des cas, ce montant ne comprend pas la nourriture et le logement que reçoivent le plus grand nombre de nos employés dans nos hôtels. Notre industrie est très importante où qu'elle se trouve, que ce soit à Ottawa où nous versons annuellement un million et demi de dollars en salaires à nos employés ou dans la plus petite municipalité.

C'est un fait bien connu qu'une ville ou un village, partout dans le monde, est jugé de nos jours en grande partie par le genre de service que donnent

ses hôtels. Nous sommes particulièrement fiers de la qualité des services accordés aux voyageurs dans nos hôtels, qualité qui a atteint, au cours des dix dernières années, le niveau le plus élevé dans l'histoire de notre pays. Il me fait donc grand plaisir de venir aujourd'hui répondre aux questions que vous aimeriez poser au sujet de l'industrie des hôtels. Votre président m'a dit qu'il y avait eu de la critique sur le service des hôtels. Je crois que, pour une grande partie, beaucoup de cette critique vient de ce que les personnes qui la font ne connaissent pas la situation. La critique ne nous froisse pas; nous sommes heureux d'accueillir toute critique utile. J'aimerais que vous vous rendiez compte, messieurs, que les hôtels sont grandement intéressés au commerce touristique, même si bon nombre d'entre eux sont simplement au service des hommes d'affaires et des représentants du commerce. Voici la raison principale de cet intérêt. Des 5,000 hôtels ou plus que compte le Canada, moins de 200 ont 100 chambres ou plus; en d'autres termes, nous n'avons qu'un peu plus de 150 hôtels, pour être précis, qui ont 100 chambres ou plus des quelque 5,100 hôtels au pays. Les hôtels du genre du Royal-York de Toronto, du King-Edward et du Mont-Royal de Montréal comptent sur les congrès pour le gros de leurs affaires. Sans ces hôtels, les villes ne pourraient pas attirer le commerce que lui ont apporté dans le passé les dollars des congressistes. Il vous intéresserait peut-être de savoir que l'hôtel Royal-York, de Toronto, a eu le plus gros chiffre d'affaires de tous les hôtels au Canada en 1952 et chaque année depuis, alors que Montréal venait au second rang. Ceci vient tout simplement du commerce que représentent pour les hôtels les congrès. Mais vous êtes intéressés au commerce touristique. Le petit hôtel n'a pas ce qu'il faut pour accueillir des congressistes. Le tenancier d'un petit hôtel découvre qu'à cause de sa situation dans un centre relativement peu peuplé, le nombre de représentants du commerce et d'hommes d'affaires qui descendent chez lui est très restreint,—du moins, c'est un petit nombre. Il est certainement intéressé au commerce des touristes, c'est-à-dire de ceux qui voyagent en automobile d'un village à l'autre; même qu'il compte nettement sur le commerce que les touristes lui apportent chaque année. Il est aussi intéressé au touriste d'une autre province qu'à l'Américain, puisque, pour lui, ils viennent tous les deux grossir son commerce de la même façon et l'attention des gens est attirée par l'agrément des voyages.

Nous nous rendons compte qu'il y a eu des critiques sur les hôtels puisqu'on nous dit que nous n'avons pas suffi à la demande de logements, de sorte qu'il devient de plus en plus difficile de nos jours de descendre dans un hôtel. Messieurs, la raison principale en est une simplement de finance. Le coût d'exploitation d'un hôtel a monté en flèche comme celui de tout autre commerce. Dans la plupart des villes, les achats, la main-d'œuvre et les frais d'exploitation en général sont plus élevés de 200 à 300 p. 100 qu'il y a dix ans. Dans le même ordre d'idée, le coût de construction est deux ou trois fois plus élevé qu'auparavant. On avait l'habitude d'évaluer le coût de construction et de l'aménagement très luxueux d'un hôtel de 100 chambres à \$4,000 ou \$5,000 par chambre. Le coût de construction est basé sur le nombre total de chambres; un hôtel de 100 chambres pouvait être bâti pour \$400,000, et pour \$500,000 on obtenait un bijou d'hôtel. Aujourd'hui, on calcule qu'il en coûtera entre \$12,000 et \$20,000 par chambre pour un hôtel de 10 chambres et cette évaluation est prudente. Comme vous pouvez le constater, cette augmentation est terriblement forte, surtout pour celui qui cherche à retirer un profit d'un tel placement. Le coût n'a pas été le seul embarras; le véritable embarras est venu de la difficulté à obtenir des fonds pour la construction de facilités additionnelles. Alors que pour presque tout autre genre d'entreprise, à la seule exception peut-être de celles qui pourvoient aux besoins des voyageurs, c'est-à-dire les hôtels, les motels, les restaurants et les maisons de tourisme, le banquier ou la société de prêt sur hypothèque financera, sans faire aucune

difficulté, tout rajout destiné à améliorer l'établissement, le cas n'est pas le même, malheureusement, quand il s'agit d'un hôtel ou d'une entreprise au service du tourisme. La raison en est que le Canada a connu un essor industriel tellement rapide, ainsi que vous le savez probablement beaucoup mieux que moi, messieurs, que des placements peuvent se faire dans des entreprises dont les administrateurs vous diront qu'ils peuvent garantir un profit au cours des quinze prochaines années. Ces établissements, disent-ils, produisent de l'aluminium, des produits alimentaires, des automobiles, et le passé ainsi que la statistique sont là pour établir que la demande de ces produits ira toujours grandissante au cours des quinze prochaines années; ils peuvent donc déclarer des dividendes sur les placements. Heureusement, dans notre commerce, nous ne pouvons pas prévoir aussi clairement l'avenir, de sorte que les fonds sont aujourd'hui placés ailleurs à un taux même inférieur à celui que nous paierions, parce que le public veut faire des placements de toute sûreté. J'ai remarqué dans le journal de ce matin que la dernière émission d'Alcan a été vendue à 4½ p. 100.

L'hon. M. BAIRD: Cinquante mille à 4½ p. 100.

M. CASWELL: C'est bien ça, à 4½ p. 100. Comme résultat, nous avons présenté des demandes aux gouvernements provinciaux et fédéral d'appuyer un peu notre commerce afin que nous puissions trouver des fonds pour construire de nouveaux hôtels, des motels et des restaurants et pour organiser des associations du tourisme; afin, en somme, que des sources de fonds nous soient accessibles même s'il nous faut payer un peu plus d'intérêt, ce que nous sommes en mesure de faire. Il nous est égal qu'on nous passe au crible, on peut le faire tant qu'on voudra. Seulement, si quelques-unes de vos recommandations en faveur d'une amélioration ou d'un accroissement des services touristiques au Canada peuvent parvenir jusqu'au Parlement afin que des mesures favorables au financement de meilleurs services soient considérées, messieurs, l'industrie touristique s'en portera certainement mieux au Canada. Ce sera sûrement un pas dans la bonne direction.

Messieurs, je serais très heureux que vous me posiez des questions; je m'efforcerai d'y répondre de mon mieux.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Caswell, est-ce que votre association représente tous les hôtels du Canada ou seulement une partie?

M. CASWELL: En grande partie, tous les grands hôtels de notre pays. Notre association groupe les associations provinciales des hôteliers au Canada et, dans la plupart des cas, de 75 à 85 p. 100 des hôtels appartiennent à leur association provinciale.

L'hon. M. DAVIES: Les chiffres que vous avez mentionnés en rapport avec le coût de construction des hôtels se rapportaient à la construction d'hôtels dans les grands centres?

M. CASWELL: Non, monsieur, il ne s'agit pas seulement des grands centres. Je viens de terminer la construction d'un hôtel dans une petite ville de 50,000 habitants, et le coût de cet hôtel s'est élevé à \$13,500 par chambre. Il est vrai que les chambres sont assez luxueuses, mais cet exemple illustre ce qu'il en coûte pour construire un hôtel, même dans une petite ville comme Sudbury où la population est de 50,000 âmes.

L'hon. M. ISNOR: Est-ce que vous faites un classement dans votre genre de commerce? Je me demande si vous connaissez le pourcentage de vos affaires qui pourraient être classées comme provenant des touristes?

M. CASWELL: Non, je crains ne pas pouvoir vous fournir ce renseignement. Tout ce que je puis vous dire c'est qu'en juin, juillet, août et septembre, environ 4,000 petits hôtels comptent retirer 80 p. 100 de leur revenu du commerce touristique.

L'hon. M. ISNOR: C'est-à-dire 80 p. 100 pour trois mois?

M. CASWELL: Pardon, pour quatre mois.

L'hon. M. CRERAR: Comment expliqueriez-vous l'augmentation du coût des immobilisations des hôtels?

M. CASWELL: L'explication est la même que pour un logement. J'entends que, d'après la statistique publiée par les divers bureaux de l'État, une maison à cinq pièces, construite il y a dix ans au coût d'environ \$5,000, coûterait aujourd'hui \$12,000.

L'hon. M. CRERAR: Comment expliquez-vous l'augmentation des frais d'exploitation?

M. CASWELL: Monsieur, nous ne critiquons pas tout à fait l'augmentation des frais d'exploitation. Par exemple, quand j'ai débuté dans le commerce des hôtels en 1925, il n'était pas question alors d'heures régulières. Ma journée commençait à 6 h. 15 du matin et il était tout à fait égal que je la finisse à 6 heures ou à 9 heures du soir. La semaine de cinq jours n'existait pas.

L'hon. M. CRERAR: Est-ce qu'un tel travail vous a fait un tort grave?

M. CASWELL: Personnellement?

L'hon. M. CRERAR: Oui?

M. CASWELL: Non, je ne le crois pas. Je ne crois pas que cela m'ait fait un tort quelconque. Seulement, de nos jours, nos employés travaillent au maximum 48 heures par semaine, six jours par semaine, et dans les régions syndiquées la semaine de 42 heures est en vigueur avec entente qu'elle sera de 40 heures d'ici l'an prochain. Les salaires dans les hôtels ont augmenté parallèlement à ceux qui sont payés dans les autres industries. Les salaires que nous payons ont peut-être triplé, sinon plus. Le coût des matières premières, de la lingerie et de la coutellerie a augmenté d'environ 300 p. 100. J'achetais autrefois les meilleurs matelas de marque Simmons à \$15 chacun, alors qu'aujourd'hui je paie le même matelas, au gros, \$52. Par tout ceci, il n'est pas difficile de constater pourquoi les frais d'exploitation ont augmenté.

L'hon. M. CRERAR: Monsieur Caswell, diriez-vous que la loi du rendement non-proportionnel commence à s'appliquer dans l'exploitation de vos hôtels?

M. CASWELL: En effet, monsieur, c'est malheureusement trop vrai. La période que nous pourrions appeler les années d'abondance pour nos hôtels est passée, jusqu'à un certain point. En 1952, la moyenne, à travers le pays, des chambres occupées à été de 58 p. 100; et, ce qui est plus triste à dire, les deux cents hôtels comptant cent chambres ou plus ont eu une moyenne atteignant 79 p. 100. Cette disparité s'explique par la supériorité des services des grands hôtels en comparaison des services des petits, et par les moyens que possèdent ces grands hôtels d'attirer les congressistes et les voyageurs de fin de semaine. La plupart de nos hôtels où descendent les hommes d'affaires, de nos jours, connaissent trois bonnes journées par semaine, tout au plus. En d'autres termes, les lundis, mardis et mercredis sont des jours de bonnes affaires; dans la soirée du jeudi, les affaires commencent à tomber et il n'y a rien les vendredis, samedis et dimanches. Voilà qui réduit le nombre total de chambres occupées; c'est aussi ce qui explique en grande partie l'augmentation du prix des chambres. Nous nous demandons souvent: qu'est-il donc arrivé à la chambre d'hôtel à deux dollars? La chambre est toujours là, et très souvent elle est beaucoup mieux aménagée que dans le passé, mais les deux dollars ne sont plus les mêmes qu'autrefois. Tous simplement, il ne va pas aussi loin. Le prix a dû être augmenté encore, et cela explique que toute expansion nous est un peu plus difficile. Le rendement du capital dans l'industrie entière est en moyenne d'un peu plus de 3½ p. 100, ce qui n'est pas trop bon.

L'hon. M. CRERAR: Voyez-vous des chances que cette loi du rendement non-proportionnel soit renversée?

M. CASWELL: Je dirais simplement qu'en raison de l'augmentation du coût de construction, le nombre de nouveaux hôtels bâtis a été limité; très peu d'hôtels ont été bâtis au Canada depuis dix ans. Par conséquent, les hôtels actuels seront améliorés le mieux possible et il faudra que les propriétaires d'hôtels tiennent compte de la concurrence qui leur est faite par les établissements d'autres genres qui logent les voyageurs. Tant qu'ils seront à la hauteur de la situation et qu'ils donneront à leur clientèle des services toujours accrus,— le public est de plus en plus exigeant,— ils réussiront. Par exemple, un radio dans une chambre d'hôtel était une exception voilà dix ans; aujourd'hui, non seulement la clientèle exige-t-elle un radio mais elle veut également un appareil de télévision dans chaque chambre. Tant que nous pourrons loger tous ceux qui descendent dans nos hôtels et leur fournir des services aussi bons, sinon dans bien des cas, un peu meilleurs que les autres, je crois que le commerce de nos hôtels sera bon.

L'hon. M. CRERAR: Et tant que les clients voudront bien payer le prix demandé.

M. CASWELL: Ce prix dépendra, comme tous les autres, d'ailleurs, de l'économie d'autres genres qui logent les voyageurs. Tant qu'ils seront à la hauteur nomie canadienne. Si le coût de la main-d'œuvre et des matériaux baisse, le prix des chambres baissera sûrement; mais si le coût de la main-d'œuvre et les frais de toutes sortes continuent d'augmenter, le prix des chambres devra être haussé également.

L'hon. M. CRERAR: Vous apercevez-vous que les motels soustraient aux hôtels une partie de leur commerce?

M. CASWELL: Oui et non. Je m'explique: dans les grands centres où, comme je l'ai dit, les hôtels font de grosses affaires à la faveur des congrès, les motels ne leur ont pas fait de tort grave puisque ces deux groupes ne sont pas en concurrence dans ce domaine. Mais dans les petites agglomérations, cela dépend de l'achalandage des hôtels ainsi que de la promptitude des hôteliers à se rendre compte de la concurrence qui vient s'établir parmi eux et à faire un nouvel effort pour rendre leurs services plus attrayants aux automobilistes en voyage; je crois qu'à ces conditions les hôtels des petites villes pourront se maintenir.

J'aimerais ajouter que le nouveau genre d'hôtels qui se construisent dans les grandes villes sont appelés les hôtels pour automobilistes. Je ne dis pas cela parce que moi-même j'en ai bâti un; je l'ai bâti parce que j'ai foi que cette formule répondra aux besoins des voyageurs en automobile. Les motels sont apparus en Californie il y a environ dix-huit ans et, à ce moment-là, ils étaient considérés une chose excellente; seulement, le public a de nouvelles exigences. Les gens en sont venus à se demander où manger, où acheter le journal du matin, qui les appellera si quelque chose ne va pas à deux heures du matin. De nos jours, les hôtels pour automobilistes vous permettent de stationner votre voiture devant la porte; vous n'avez pas besoin des services d'un groom, vous avez le téléphone dans votre chambre, vous avez accès à un restaurant, à une salle à manger, à un cabaret; enfin, tous les services d'un hôtel vous sont donnés en plus des commodités d'un motel. Il se construira un nombre de plus en plus grand de ces hôtels pour automobilistes en Ontario et partout au Canada.

L'hon. M. CRERAR: Votre organisme est-il intéressé aux restaurants?

M. CASWELL: Non, l'association des restaurateurs est représentée ici, aujourd'hui.

L'hon. M. DAVIES: Monsieur Caswell, je voyage beaucoup en automobile dans la province d'Ontario durant l'été. Je visite de petites villes comme Chatham, Brantford, Kingston, St-Catharines, et je dois avouer que les hôtels de ces villes se sont grandement améliorés depuis cinq ou six ans.

M. CASWELL: J'en conviens parfaitement.

L'hon. M. DAVIES: Les matelas sont très bons, mais les oreillers contiennent la même bourre affreuse d'il y a vingt-cinq ans.

M. CASWELL: La principale raison en est peut-être que les oreillers durent plus longtemps que les matelas, ou peut-être encore n'a-t-on pas fait remarquer à l'hôtelier que ses oreillers devraient être changés. J'ai moi-même la manie de vouloir un oreiller raisonnablement mou. Je ferai tout de même remarquer que la durée d'un matelas dans un hôtel est d'environ dix ans, alors que celle d'un oreiller de qualité convenable est de quinze à dix-huit ans. En outre, le même oreiller peut être recouvert; et lorsqu'un hôtel a besoin d'une rénovation, le directeur cherche naturellement à découvrir les choses dont il pourra encore se servir et qu'il n'aura pas à mettre au rebut tout à fait. Il fait donc recouvrir les oreillers. Peut-être n'a-t-il pas couché dans un de ses lits depuis quelque temps et ne se rend-il pas compte qu'il lui faudrait changer les oreillers.

L'hon. M. DAVIES: Je contourne la difficulté en apportant mon propre oreiller.

M. CASWELL: Aux dépens de votre temps, peut-être puis-je me permettre une digression afin de vous raconter l'histoire d'une dame qui apportait son propre lit.

Dans notre nouvel hôtel de Sudbury,—vous voudrez bien excuser la réclame, messieurs,—nous avons aménagé une chambre très luxueuse pour nouveaux mariés. C'est une belle chambre aux tentures de nylon, avec un cabinet de toilette adjacent; elle contient une table de toilette pour la mariée; de biais dans un coin, un beau lit recouvert d'un couvre-lit de satin et au-dessus, un baldaquin de nylon auquel sont suspendues des tentures. Un congrès du club Rotary s'est tenu récemment à Sudbury et nous avons eu besoin, à cette occasion, de toutes les chambres disponibles. Un monsieur, chargé d'un travail spécial pour les intérêts de l'*International Nickel Company*, demeurait à l'hôtel à ce moment-là en compagnie de sa mère âgée de soixante-dix ans. J'ai demandé à cette dame si elle voulait bien prendre la chambre des nouveaux mariés afin de laisser plus de chambres disponibles pour les Rotariens. Elle a consenti. La rencontrant le lendemain matin au restaurant, je lui demande comment elle a dormi. "Très bien, me répond-elle. J'accompagne régulièrement mon fils et comme je ne peux pas dormir dans un lit autre que le mien, j'apporte mon lit avec moi." Le fils a ajouté que sa mère apportait un sac de couchage qu'elle trouvait très confortable.

Voilà qui aurait terminé l'aventure, excepté que je suis entré dans la chambre des nouveaux mariés à l'aide d'un passe-partout après le départ de la mère et du fils. J'ai pénétré dans cette belle chambre en écartant les tentures de nylon, qui sont très claires afin de rendre la situation plus agréable au marié, et là, placé sur le beau lit, avec son couvre-lit et son baldaquin de satin, se trouvait le sac de couchage de la dame, sans même que les couvertures du lit aient été dérangées. Elle s'était glissée dans son sac pour y prendre un sommeil glorieux.

L'hon. M. KING: Quel effet a le taux du change? Je crois que ce taux est de 3½ p. 100 de nos jours.

M. CASWELL: Croyez-le ou non, cela ne semble pas faire beaucoup de différence. Je dirais que la raison en est peut-être que l'industrie, c'est-à-dire, les hôtels, les motels et les restaurants, a l'extrême prudence de ne pas exiger le dernier cent de l'Américain qui descend dans un de ces endroits; cette prudence est poussée jusqu'à afficher le taux obtenu tous les jours de la banque, lorsque les directeurs de ces établissements croient qu'il leur faut exiger la différence. Vous verrez invariablement qu'ils n'exigeront pas même une fraction de plus que le taux courant. Quand le taux du change n'est que de 1 ou 1½ p. 100, la majorité d'entre eux, en particulier ceux qui font partie de l'association des exploitants d'hôtelleries dans les centres de villégiature et qui

reçoivent des personnes venues pour un séjour d'une semaine ou de dix jours, acceptent le dollar américain au pair; ceci se produit même quand le taux est de 3 p. 100. Bon nombre d'entre eux acceptent encore le dollar américain au pair, et ils ont pris bien garde dans tous les cas de ne pas froisser les Américains. Il y a eu très peu de critique de la part des Américains, surtout à cause de la manière très prudente avec laquelle l'homme d'affaires, au Canada, a tâché d'agir en la matière.

Le PRÉSIDENT: Faites-vous un classement quelconque de vos hôtels, par exemple, une catégorie "A" et une catégorie "B"?

M. CASWELL: Non, pas au Canada. Nous ne faisons pas ce classement à titre d'association fédérale. Dans certaines provinces, en raison des règlements relatifs à la boisson, il existe un classement lâche. Au fait, cela ne veut pas dire grand'chose. Je veux dire que les hôtels se rangent dans trois catégories. Sont classés parmi les hôtels les établissements qui servent à manger et à boire et qui louent le logement; le deuxième groupe comprend les établissements qui, autrefois, avaient des chambres, mais qui ne servent plus que la boisson et les aliments; les établissements dont les chambres ne peuvent être louées aux personnes de passage, mais qui se louent seulement à la semaine, sont classés comme établissements de tourisme.

Le PRÉSIDENT: Il n'y a rien qui indique que tel hôtel appartient à la catégorie "A"?

M. CASWELL: Non. Nous croyons que cela devrait être. Nous tenons grandement à ce qu'il en soit ainsi. Le Gouvernement de l'Ontario a décidé d'établir un classement en vertu d'une loi, et, effectivement, il a commencé le classement; mais, malheureusement,—je suppose que c'était pour des raisons d'ordre politique,—il a d'abord accordé une étoile à tous les établissements, même les plus mauvais. Ainsi, la personne qui exploite un petit commerce, au bord de la route, et une espèce de hangar à environ cinquante pieds plus loin, obtenait une étoile; et le Royal-York obtenait une étoile. Les meilleurs établissements se sont plaints immédiatement, et pour s'épargner des ennuis, le Gouvernement n'a pas continué le classement. Bien que l'Association ait recommandé de nouveau ce changement, jusqu'à présent le Gouvernement n'a pas été gagné à la chose.

L'hon. M. KING: Est-ce que les hôteliers des provinces où les cocktail-bars sont permis estiment une nécessité d'avoir un bar de ce genre dans leur hôtel, s'ils peuvent en obtenir l'autorisation?

M. CASWELL: Je n'aimerais pas dire que c'est une nécessité. J'aimerais plutôt m'exprimer ainsi: les hôteliers, après avoir connu le privilège d'avoir des cocktail-bars dans les hôtels, ont trouvé que sûrement cela ajoute à l'agrément de vivre dans ces hôtels et améliore la conduite des personnes qui fréquentent cette salle. Vous vous rendez compte, j'en suis sûr, que, dans une grande mesure, les buveurs appartiennent à deux classes de gens: les ouvriers, qui boivent surtout de la bière, et la classe des gens de bureau, qui boivent des spiritueux. On a tâché d'aménager les salons de cocktails pour qu'ils ressemblent beaucoup à des salons ou à des vivoirs, ainsi que le nom le laisse entendre; l'ameublement n'est pas luxueux, mais il donne l'impression du confort; et je suis convaincu que les gens se comporteront exactement suivant le caractère du lieu que vous avez préparé pour eux. Mettez-les dans un bel endroit, ils se comporteront en conséquence; mettez-les dans un endroit à l'aspect grossier, ils sont portés à agir grossièrement. Les cocktail-bars contribuent certainement pour quelque chose à l'agrément de la vie et au service que l'on peut donner dans un hôtel. Et n'oubliez pas une chose, que les cocktail-bars, de même que les salles où l'on sert la boisson, ont ajouté au revenu des hôtels, revenu qui a servi à son tour à l'amélioration de l'établissement.

Mon ami ici présent a dit que, dans les villes telles que Kitchener, St-Catharines, Chatham et d'autres, les hôtels sont beaucoup mieux tenus qu'il y a dix ans ou même trois ans. Il a parfaitement raison. Je ne crois pas que personne ne voyage plus que moi à travers le Canada et ne séjourne plus longtemps dans les hôtels, et je suis convaincu que partout où existe le privilège de vendre des liqueurs enivrantes dans les hôtels, le gros du revenu de ces ventes est replacé dans l'hôtel, non pas dans la salle des liqueurs, mais dans tout l'hôtel. Si nous avons des fonds pour améliorer le logement, nous l'améliorons, et si une amélioration est réalisée, le commerce grandit et s'améliore.

L'hon. M. ISNOR: Votre réponse au sénateur King relativement à votre méthode de traiter la question du change m'a intéressé. Est-ce que vous adoptez le taux du change des banques à quelque moment particulier?

M. CASWELL: Non. Quand le change est devenu favorable au Canada,—je ne peux me rappeler la date précise, mais il me semble qu'il y a de cela deux ans,—nous avons immédiatement recommandé à nos membres d'exercer une grande prudence en cette matière. Nous leur avons dit qu'il serait très sage pour eux, mettons, d'accepter l'argent au pair et que, dans tous les cas où il leur semblerait nécessaire d'exiger la différence, par exemple, si celle-ci devenait trop grande, mettons jusqu'à 5 ou 6 p. 100, ils devraient agir avec prudence et une grande délicatesse; s'il s'en suivait une discussion, ils devraient tâcher de fournir une raison pour laquelle il était devenu nécessaire de tenir compte du change. Je pense que cette méthode de prudence mise en pratique depuis deux ans explique que l'Américain fréquentant le Canada,—et les retours sont nombreux,—a pu comprendre la situation des Canadiens à cet égard. Comme résultat, il est plus convaincu que la différence est exigée seulement lorsque la chose est raisonnable.

L'hon. M. ISNOR: Ainsi, les relations sont bonnes à cet égard?

M. CASWELL: Oui.

L'hon. M. ISNOR: Vous avez mentionné une proportion de 58 p. 100 de chambres occupées?

M. CASWELL: En effet, sénateur.

L'hon. M. ISNOR: Je crois que le niveau est de 65 p. 100, n'est-ce pas?

M. CASWELL: Le niveau requis, voulez-vous dire?

L'hon. M. ISNOR: Justement.

M. CASWELL: Oui, pour obtenir un bon rendement. C'est à cause du fait que depuis deux ans notre moyenne est de 58 p. 100 que nos bénéfices sont si bas.

L'hon. M. ISNOR: Personne ne vous a interrogé sur le fléchissement du nombre des repas servis dans vos salles à manger. Je crois que vous avez fait allusion à ce point-là vous-même en disant que ceux qui critiquent ne sont pas en mesure de savoir.

M. CASWELL: Il y a deux aspects à cette question. Le premier est que les hôteliers ont dû modifier leur façon de concevoir l'exploitation des salles à manger dans les hôtels. Autrefois, voilà bon nombre d'années, les hôtels tenaient ce que l'on considérait des salles à manger régulières. Trois repas réguliers étaient servis par jour, le déjeuner jusqu'à 9 heures, le dîner entre midi et 1 h. 30 et le souper entre 6 heures et 7 h. 30. Par conséquent, ces salles à manger devaient compter seulement sur les hôtes de l'hôtel pour leur commerce. J'ai dit qu'au delà de 4,000 hôtels contenaient moins de 100 chambres. Des hôtels n'ayant que cinquante ou soixante chambres n'ont pas suffisamment d'hôtes sur qui compter pour leurs salles à manger. Malgré cela, les exploitants d'hôtels ont dû tenir des salles à manger qui sont devenues, par conséquent, des casse-têtes du point de vue de la finance et de l'exploitation. Ils ont dû employer deux personnes ou plus à la cuisine et deux autres ou plus

à la salle à manger seulement pour servir peut-être une dizaine ou une douzaine de clients. Ils y perdaient souvent tant d'argent qu'ils y ont perdu tout intérêt et, comme résultat, de pauvres repas étaient servis.

Depuis six ou huit ans, les hôteliers ont adopté une autre attitude, puisqu'ils se sont rendus compte que les usages du public quant au manger avaient changé. Beaucoup de gens veulent prendre leur déjeuner en vitesse, prendre une légère collation le midi, et jouir le soir d'un dîner prolongé. Pour cette raison, on cherche maintenant, dans les hôtels, à tenir, autant que possible, deux salles à manger, l'une un restaurant et l'autre une véritable salle à manger, ou encore une combinaison des deux. Le restaurant sera près de la rue, si possible, afin de servir une clientèle de l'extérieur en plus des hôtes. Par suite de cet arrangement, les hôtels ont pu augmenter les recettes de leurs salles à manger au point de ne plus faire de dettes avec ce service. Dès que le propriétaire d'hôtel s'aperçoit que sa salle à manger ne lui fait plus de dettes, il devient plus intéressé à ce service.

Il me semble avoir lu un compte rendu d'une séance de votre Comité qui contenait une critique sur bon nombre de repas de banquets qui n'auraient pas été aussi bien qu'il aurait fallu. Je crois qu'un sénateur a supposé que, peut-être à cause du monopole des banquets que détiennent les hôtels, les exploitants de ceux-ci ne se souciaient pas beaucoup du genre de repas servis. Ce n'est pas du tout le cas. Le cas, encore une fois, est d'essayer de déterminer quelle est la portée du dollar. Malheureusement, la plupart des hôtels ne peuvent pas employer régulièrement un personnel suffisant pour servir les banquets. Même les grands hôtels où se tiennent les congrès sont obligés d'engager des aides à emplois discontinus. C'est le cas de l'hôtel Royal-York de Toronto. Ces aides ne peuvent pas être engagés sur une base de rémunération en proportion du nombre d'heures de travail. Autrefois cela se faisait, mais plus maintenant. Ils reçoivent un salaire minimum. Ils tiennent compte du dérangement occasionné par le trajet de leur domicile à l'hôtel, de la période d'attente à l'hôtel et de la durée du travail, et le reste. Si bien qu'il faudra ordinairement payer à un employé de quelques heures, pour servir un banquet, le même salaire qu'à un employé pour une pleine journée de travail; jamais moins, en tout cas, de 50 p. 100 du salaire que retire un employé régulier pour une journée entière de travail. Comme résultat de tout ceci, le propriétaire d'hôtel s'aperçoit qu'il ne peut servir le genre de repas que certaines gens désireraient pour trois dollars. Le point important pour ce qui concerne l'industrie, c'est que les aliments soient chauds, bons, et servis avec goût et des manières impeccables. Si nous réussissons à faire cela, nous avons l'impression de donner un bon service pour ce qui est des banquets. Le temps est passé où les hôtels pouvaient servir du filet mignon pour \$2.50, et cela ne provient pas seulement du coût actuel du filet mignon mais aussi des frais de service.

Je pense que le même honorable sénateur a négligé de se souvenir, lorsqu'il a parlé de ce sujet, que les salles de banquet restent vides trois ou quatre jours par semaine. Au fait, la salle de banquet ne rapporte rien au point de vue du logement. Le seul revenu vient de ce que nous demandons pour chaque couvert. Évidemment, si une assemblée se tient dans la salle, il y a des frais supplémentaires.

L'hon. M. ISNOR: Je pourrais déclarer que ce n'était pas moi le sénateur dont vous parlez, mais, pour être honnête à l'égard de ce sénateur qui a fait la critique, je crois que son intérêt était d'en arriver à une solution utile. Je pense qu'il se demandait si vous n'étiez pas en train de hausser vos prix au point que vous couriez le risque d'être exclus de ce commerce. En d'autres termes, il se demandait si vous ne feriez pas mieux, plutôt, d'augmenter la quantité?

M. CASWELL: Les hôteliers ont certainement étudié beaucoup cette question et les petits hôtels de moins de 100 chambres, par exemple, en sont venus

à considérer l'affaire des réunions avec banquet une façon d'attirer un plus grand nombre de clients pour leurs chambres. Autrement dit, les hôteliers aménagent des salles de banquet parce qu'ils croient qu'elles sont nécessaires s'ils veulent remplir leurs chambres. Ils tâchent sans doute de faire tout leur possible pour maintenir leurs prix et leur service à un niveau raisonnable. Ils se rendent compte que, en remplissant leurs salles de banquet et leurs salles de réunion, ils augmenteront le nombre des clients pour leurs chambres régulières. La plupart des critiques portant sur le service dans nos salles de banquet viennent des clubs sociaux. La raison en est que, presque toujours, les clubs sociaux bénéficient d'un prix minimum pour leurs repas. C'est le cas, qu'il s'agisse d'une pièce au Château-Laurier ou dans un hôtel de quinze chambres. Ils bénéficient d'un prix minimum pour leurs repas, mais ils ne donnent aucune garantie à l'hôtel quant au nombre de personnes qui seront présentes. Peut-être qu'un jour il y aura soixante personnes et le lendemain seulement trente-neuf, alors que l'hôtel doit quand même se préparer à servir soixante clients. Je puis être tout à fait franc quand je dis qu'aucun hôtelier ne considère le service des clubs sociaux une entreprise profitable. Ils pourvoient les clubs sociaux de repas pour favoriser la bonne entente dans la localité; ils tâchent d'accomplir un bon travail en relations extérieures. Ces clubs sociaux se réunissent ordinairement chaque semaine et, par conséquent, ils exigent une plus grande variété dans le menu que d'autres groupes. Je crois vraiment que les hôtels accomplissent raisonnablement bien le travail de pourvoir aux besoins des clubs sociaux. Comme je le répète, c'est dans l'intérêt de la bonne entente dans la localité.

L'hon. M. BAIRD: On m'a donné à entendre que l'hôtel de l'avenir n'aura pas de salles de banquet, etc.

M. CASWELL: En effet, pour autant que la chose est possible. Encore une fois, cela dépendra entièrement de leurs sources de commerce. Autrement dit, si ces hôtels sont situés dans un endroit qui leur permette de remplir leurs chambres et de tenir avec profit une salle à manger et un restaurant, c'est ce qu'ils feront plutôt que de tenir une salle de banquet qui ne rapportera rien une partie de la semaine. Comme je l'ai laissé entendre, les salles de banquet sont d'une exploitation difficile. Elles ne sont utilisées qu'occasionnellement et il faut alors engager des aides à emplois discontinus. Je crois que, s'il est nécessaire d'avoir une salle de banquet afin de maintenir élevé le nombre des chambres occupées, les hôtels "devront" avoir une salle de banquet.

L'hon. M. BAIRD: Prenons pour exemple l'hôtel Mont-Royal. Il a été financé il y a quelques années, puis l'entreprise a raté; depuis lors, je crois que cet hôtel a été réorganisé trois fois. Si cet établissement devait être bâti au prix que vous avez cité, c'est-à-dire de \$12,000 à \$20,000 par chambre, il serait impossible de le faire marcher. En d'autres termes, ces hôtels modernes n'ont pas d'avenir.

M. CASWELL: Eh bien, je dirais que leur avenir paraît très limité.

L'hon. M. BAIRD: Précisément. Autrement dit, vous ne voudriez pas que les gens placent leur argent dans des entreprises de ce genre.

M. CASWELL: Je ne songeais pas aux hôtels dont les chambres coûteraient \$500,000. Pour dire bien franchement, ce genre d'hôtel ne sera construit que lorsque le rendement sera garanti; c'est pourquoi les fonds se trouveront bien. Je songeais aux petites localités à travers le pays, où de bons hôtels contenant, mettons, de 25 à 100 chambres, sont requis où ces hôtels peuvent être exploités avec un rendement modique. Les frais d'exploitation ne sont pas trop élevés, de sorte que ces hôtels pourraient donner un bon rendement, si les propriétaires peuvent moderniser leur hôtel actuel ou construire un rajout, ou en bâtir un neuf. Par le seul fait qu'ils ont utilisé à la rénovation des hôtels les revenus additionnels de la vente de la boisson, ils ont amélioré le service dans son ensemble.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Caswell, le présent Comité du Sénat est intéressé au tourisme. Ce que nous tentons de faire c'est d'augmenter le nombre de touristes entrant au Canada. Avez-vous quelques idées dans ce sens, des idées sur des mesures à prendre, qui n'auraient pas été prises, pour attirer les touristes au Canada? Avant que vous ne répondiez à cette question, en voici une autre. Est-ce que la venue des touristes au Canada, au cours des récentes années, a poussé les hôteliers à l'amélioration de leurs établissements, soit par la construction de nouveaux hôtels ou l'amélioration des anciens? Est-ce que le tourisme a incité à ces dépenses?

M. CASWELL: Oui, monsieur, et même beaucoup. La raison qui peut-être dépasse toutes les autres en est que les touristes en voyage, quand ils descendent quelque part pour la nuit, très souvent demandent à voir les chambres avant d'en accepter une et de s'inscrire sur le registre. Voilà une chose qui se passe seulement depuis dix ans. Avant cette époque, le touriste s'inscrivait, prenait la chambre qu'on allait lui montrer et lorsqu'il ne l'aimait pas, vous n'en saviez pas grand chose: il la prenait, s'inscrivait et y passait la nuit. Mais aujourd'hui, quand il entre demander une chambre et que vous lui dites que vous en avez une, il demande à la voir. Alors l'attention des hôteliers, comme celle d'autres personnes engagées dans ce commerce, s'est vivement tournée vers cette exigence des touristes à voir d'abord la chambre qu'on leur destine et vers leur pratique de la refuser parfois, après l'avoir vue. Alors l'hôtelier a décidé, s'il voulait s'occuper de cette clientèle, qu'il devrait améliorer ses chambres. Les exigences des touristes ont été très claires, ils disaient presque au propriétaire que la chambre n'était pas assez bien. Le logement s'est vraiment amélioré pour cette raison. Je puis ajouter que, comme résultat, c'est peut-être seulement depuis dix ans que les hôteliers se rendent particulièrement compte du montant très considérable d'affaires que leur apporte le tourisme. Le touriste est peut-être plus exigeant que l'homme d'affaires quant au service qu'il désire, parce qu'il ne voyage que deux semaines peut-être par année et le reste de l'année, il rêve au logement qu'il trouvera dans les hôtels et les motels et, par conséquent, il est de plus en plus exigeant sur ce point; si bien que les hôtels doivent répondre à cette concurrence par un meilleur service de logement.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous quelques idées sur ce que ce Comité pourrait recommander pour favoriser l'expansion du tourisme au Canada?

M. CASWELL: Tout ce que je puis dire, sénateur Buchanan, c'est ceci: quand je compare les dépenses faites par certains petits États d'outre-frontière, comme la Floride, pour attirer le tourisme dans leur région, aux dépenses que fait le Canada dans l'ensemble, il paraît y avoir quelque chose qui cloche. On ne reçoit qu'en raison de ce que l'on dépense. Je n'aime pas rabâcher le cas de la Floride, mais voilà un État qui n'avait aucun commerce en été. Or, j'y suis allé en été et en hiver, et nombre d'endroits sont aujourd'hui aussi achalandés en été qu'en hiver, non pas parce que les prix sont réduits de moitié, comme certains le disent, puisque les prix en hiver sont terriblement élevés, mais bien à cause de la très grande publicité accordée au tourisme. Aujourd'hui même, si vous ouvrez les journaux d'Ontario, vous verrez qu'ils sont remplis de réclame en faveur de la Floride.

L'hon. M. DAVIES: Seulement les grands journaux.

M. CASWELL: Oui, c'est vrai, et les journaux de Toronto; mais ces journaux ont une circulation dans l'Ontario et le Québec.

Le PRÉSIDENT: Messieurs, nous avons entendu un témoignage intéressant de la part de M. Caswell, et il y a eu une foule de bonnes questions. Deux autres associations sont représentées ici. Je ne voudrais pas restreindre les questions, seulement si vous en avez d'autres à poser à M. Caswell, s'il vous plaît faites-le tout de suite; sinon, nous appellerons les représentants des autres associations.

L'hon. M. ISNOR: J'aimerais poser une question. Vous avez dit qu'un motel avait été construit dans le sud de la Californie, voilà dix-huit ans, et vous avez aussi parlé du classement au Canada en comparaison des États-Unis. N'est-ce pas ce classement des motels aux États-Unis qui explique en grande partie leur succès?

M. CASWELL: Classement fait tant par les États que par les associations, en effet. Peut-être leurs associations se sont-elles mieux rendu compte que nous de l'importance de la question. Leur *Better Motel Association* prend beaucoup de soin dans le choix de ses membres; et, par suite du succès des membres de cette association, les autres exploitants de motels ont mieux construit. La même chose s'applique dans le cas des hôtels.

L'hon. M. ISNOR: Diriez-vous qu'à l'avenir les motels devraient influencer davantage sur le tourisme que l'hôtel ordinaire?

M. CASWELL: Non. Peut-être entendrons-nous les vues du président de la *Motel Association*, dont je suis membre également, qui est ici aujourd'hui. Je dirais que les motels de l'Ontario et du Canada, comme cela se fait présentement aux États-Unis, céderont leur place aux nouveaux hôtels pour automobilistes, car, ainsi que je l'ai dit, les voyageurs exigent maintenant plus qu'un endroit pour coucher. Je sais que certains motels en Ontario se rendent compte de cette tendance. Il est certain qu'au cours des dix prochaines années, c'est ce qui se bâtira.

L'hon. M. DAVIES: Monsieur Caswell, vous avez prétendu que nous ne dépensions pas suffisamment d'argent. Êtes-vous au courant de nos dépenses de \$931,000 pour la publicité, seulement aux États-Unis?

M. CASWELL: Je le suis.

L'hon. M. DAVIES: C'est une grosse somme d'argent.

M. CASWELL: Pas pour le Canada, monsieur. Nous pourrions attirer trois fois plus de commerce que nous avons maintenant, si nous pouvions rendre les Américains entichés du Canada.

L'hon. M. DAVIES: Vous croyez que le crédit pour l'annonce dans les magazines et les journaux du Canada pourrait être accru au bénéfice du pays.

M. CASWELL: Parfaitement, monsieur.

L'hon. M. CRERAR: J'aimerais poser une autre question. L'Office du tourisme a reçu des plaintes provenant de touristes américains et portant surtout, je crois, sur la qualité du service dans certains hôtels où ils étaient descendus. Ces plaintes ne sont pas très nombreuses, mais il y en a. Est-ce que votre association fait quelque chose en matière de classement du service dans les hôtels, de sorte qu'un touriste qui cherche un hôtel où descendre pourrait choisir entre, mettons, deux hôtels de la localité, dont l'un est classé "A" et l'autre "B"?

M. CASWELL: Notre classement n'est pas poussé jusque là, sénateur. Dans nos annuaires, nous tâchons de décrire exactement ce que l'hôtel peut offrir en matière de logement, les prix et le service auxquels on peut s'attendre; ainsi, lorsqu'un voyageur possède un de ces annuaires, il peut se faire une idée assez juste de ce à quoi il peut s'attendre à n'importe lequel des hôtels qui y sont mentionnés. Vous verrez que la *Motel Association* publie le même genre de renseignements. Quiconque est en possession de ces renseignements aura une idée assez juste du logement auquel il peut s'attendre avant même de décider d'aller s'inscrire dans un de ces établissements. Cependant, la critique n'a pas porté tout à fait là-dessus; c'était plutôt une critique sur le personnel. Malheureusement, nous ne sommes pas très en mesure, au Canada, d'entraîner le personnel des hôtels. Ce dont nous avons besoin au Canada c'est d'une université qui entraînerait notre personnel d'hôtel. Le département de M. Dolan nous fait parvenir des copies des lettres de critique qu'il reçoit pour autant

que les hôtels sont en cause; ces lettres sont communiquées immédiatement à nos membres à qui nous recommandons de tâcher d'y voir. Par exemple, M. Dolan reçoit de temps à autre une plainte qu'un touriste ne peut pas obtenir de logement dans un hôtel; le commis dit au touriste qu'il n'y a pas de chambre disponible et ne s'occupe pas davantage de la demande du client. Nous demandons aux membres de notre association de faire un peu plus pour le touriste qu'ils ne pourraient pas loger que lui dire seulement que l'hôtel est rempli; nous leur recommandons de tâcher de lui trouver une chambre ailleurs, et même une chambre comparable à celle qu'ils lui auraient louée, sinon meilleure.

L'hon. M. CRERAR: Merci, monsieur.

M. CASWELL: J'aimerais vous remercier de votre bonté à mon égard aujourd'hui et espérer que les hôtels du Canada auront l'occasion de vous envoyer un représentant une autre année encore. J'avouerais que si nous avions su que nous allions être invités à nous présenter devant votre Comité, nous vous aurions peut-être soumis un rapport un peu mieux préparé, qui vous aurait apporté un peu plus de faits et de chiffres et une idée plus précise de ce que nous pensons de l'industrie du tourisme. Nous croyons, et nous faisons cette déclaration très sérieusement et consciencieusement, qu'il y a un marché énorme de tourisme à exploiter, non seulement aux États-Unis et au Canada, mais ailleurs, et que le gouvernement fédéral est loin de dépenser suffisamment d'argent pour attirer les touristes au Canada. En fin de compte, nous ne pouvons retirer des bénéfices qu'en proportion de nos dépenses. C'est ce que nous découvrons dans le commerce des hôtels et je suis sûr que le même principe s'applique à l'industrie du tourisme en général.

Le PRÉSIDENT: Maintenant, messieurs, nous allons entendre les représentants de la *Canadian Restaurant Association*. M. C. . Millbourn, président, est présent; M. Jack Sim, vice-président de la même association, est également présent et de plus nous avons le plaisir d'avoir parmi nous M^{me} F. G. Montgomery, administratrice directrice de cette même association.

M^{me} Montgomery est la première femme qui se soit jamais présentée devant ce Comité et nous lui souhaitons la bienvenue, car je sais que nous obtiendrons d'elle des renseignements sur la nourriture, en particulier, sur la nourriture apprêtée spécialement pour les touristes. Du moins, je crois que c'est de cela qu'elle nous parlera.

D'abord, nous demanderons à monsieur Millbourn, président, de nous faire sa déclaration, s'il en a une à faire.

M. C. H. MILLBOURN, président de la *Canadian Restaurant Association*: Honorables sénateurs, monsieur le président et messieurs, quand l'honorable sénateur nous a invités, au cours de la dernière semaine, à comparaître devant vous, il nous a donné à entendre que vous aviez quelques questions à poser relativement à l'industrie des restaurants et à l'industrie du tourisme au Canada.

Nous n'avons pas préparé de rapport, monsieur. Nous sommes très heureux d'être parmi vous et nous sommes tout disposés à répondre au meilleur de notre connaissance à toutes vos questions se rapportant à notre industrie. Certains d'entre vous se demandent peut-être ce qu'est exactement cette *Canadian Restaurant Association* et qui nous représentons. Nous représentons au delà de 1,350 restaurants que nous estimons être les meilleurs au Canada. Nos membres se rencontrent à partir de Saint-Jean, Terre-Neuve, jusqu'à Victoria, en Colombie-Britannique, et même aux États-Unis, où nous comptons deux ou trois membres. Notre association existe depuis dix ans, nous célébrons en effet notre dixième anniversaire. Notre but est d'améliorer l'état des restaurants en général à travers le pays, d'améliorer la nourriture et le niveau du service; je crois que nous avons accompli un travail très remarquable au cours des dix années de notre existence.

Vous avez mentionné, sénateur, lors de notre conversation téléphonique, que vous aviez reçu un nombre considérable de plaintes, par l'entremise de

diverses agences, portant sur la nourriture et le service dans certains restaurants du Canada. Nous avons remarqué que ces plaintes, qui nous arrivent de nos sources de renseignements, se font moins nombreuses qu'il y a cinq ou six ans passés.

Je ne pense pas avoir autre chose à déclarer. Comme je l'ai dit, nous n'avons préparé aucun rapport à présenter, mais nous nous efforcerons de répondre à toutes vos questions.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Millbourn, est-ce que vous classez vos restaurants de quelque façon?

M. MILLBOURN: Non, monsieur; puis, évidemment, nous ne pourrions classer ceux qui n'appartiennent pas à notre association. Nous n'aurions pas l'autorisation de le faire. A notre connaissance, il n'existe aucun classement, sauf dans une ville canadienne, et ce classement est fait par la municipalité; je regrette de le dire, mais ce classement n'a pas eu grand succès. On ne l'a pas continué. Certains établissements de vacances et des hôtels d'été étaient classés jusqu'à l'an dernier, je crois, alors que le gouvernement de l'Ontario a cessé de le faire. Il s'agit des établissements de villégiature et des hôtels de l'Ontario.

L'hon. M. BEAUBIEN: Votre association a-t-elle remarqué que les restaurants du Canada appartenant à votre association, naturellement, exigent en général le maximum que peut tolérer le commerce?

M. MILLBOURN: Non, je ne le crois pas, sénateur. Généralement parlant, je pense que les prix dans les restaurants peuvent être estimés modérés au regard des augmentations qu'ont subis les prix des matières brutes, des aliments et des salaires. Je puis répéter exactement ce que M. Caswell a déclaré ici ce matin. Ses remarques s'appliquent à notre commerce également, pour ce qui concerne les frais et la main-d'œuvre, le coût du matériel, de l'ameublement et des fournitures, etc. Il ne fait aucun doute que nos frais ont augmenté dans une proportion beaucoup plus grande que les prix de vente de nos repas.

L'hon. M. DAVIES: Quelle est la pratique dans les restaurants appartenant à votre association pour ce qui est de la faïence, je veux parler de la faïence fêlée ou ébréchée? J'ai entendu de nombreuses plaintes relativement à des tasses fêlées ou ébréchées, par exemple. Parmi les membres de ce Comité il y a des médecins qui en connaissent beaucoup plus long que moi sur le danger d'utiliser cette faïence endommagée, et beaucoup de gens croient que les tasses fêlées ou ébréchées peuvent être porteuses de germes. Je sais que pour ma part je ne boirais pas dans une de ces tasses fêlées et, si on m'en présentait une dans un restaurant, j'en sortirais. J'aimerais connaître la méthode de l'association des restaurateurs à cet égard. Je sais qu'il doit être coûteux de mettre au rebut des tasses fêlées ou écaillées, mais la chose devrait se faire, il me semble, dans l'intérêt de l'hygiène publique.

M. MILLBOURN: Je crois également qu'il y a là un danger. J'en conviens parfaitement avec le sénateur et je suis certain que les règlements municipaux et provinciaux régissant l'exploitation des restaurants exigent que la porcelaine fêlée ou écaillée soit retirée du service. Je conviens aussi que cela ne se fait pas aussi strictement qu'il le faudrait. Je conviendrai même que la faïence endommagée peut transporter des bactéries et des germes. Les bons restaurateurs voient à ce que la porcelaine fêlée soit soustraite du service dès que l'attention de la personne désignée à ce travail est attirée sur le fait.

L'hon. M. KING: Monsieur le président, puis-je demander au témoin de nous dire sa réaction devant les petits magasins, en particuliers les pharmacies, dont le commerce est à demi celui d'un restaurant. Est-ce que cela porte atteinte sérieusement à votre commerce?

M. MILLBOURN: Cela touche à nos intérêts, et je puis dire que notre association ne voit pas la chose d'un bon œil, bien que nous sommes divisés sur la

question; cependant, je crois que nous nous accorderions pour la plupart à dire qu'une salle à manger ou un comptoir à manger devraient être séparés de tout autre entreprise. Nous ne croyons pas qu'il doive être permis de servir à manger dans un débit de tabac où des sandwiches se vendent d'un côté. La même chose dans les pharmacies, à moins que le restaurant ne soit séparé du magasin par une cloison.

L'hon. M. KING: Le restaurant devrait occuper à lui seul une pièce.

M. MILLBOURN: Une pièce à lui seul.

L'hon. M. KING: Je le crois, moi aussi.

M. MILLBOURN: C'est notre avis.

L'hon. M. BAIRD: Les restaurants Murray font-ils partie de votre association?

M. MILLBOURN: Oui, ils sont membres de notre association.

L'hon. M. ISNOR: J'avais l'impression que le ministère de la Santé dans chaque province avait droit de surveillance sur les restaurants.

M. MILLBOURN: Il l'a certainement, monsieur. Quelle que soit la ville où vous êtes...

L'hon. M. ISNOR: Je viens d'Halifax.

M. MILLBOURN: Le ministère de la Santé y a, en règle générale, un service des aliments organisé spécialement pour surveiller les restaurants, les services d'hôtel et la nourriture servie au public.

L'hon. M. DAVIES: Cela est très vrai, mais, malheureusement, les inspecteurs sont parfois très peu sérieux dans leur travail. Ne croyez-vous pas que la responsabilité incombe vraiment au propriétaire du restaurant de voir à la protection du public?

M. MILLBOURN: En effet.

L'hon. M. DAVIES: Je pense que, dans leur ensemble, les restaurants au Canada sont bien administrés, mais il y en a quelques-uns dans lesquels on trouve beaucoup de porcelaine écaillée, ce qui ne devrait pas être.

L'hon. M. CRERAR: Puis-je poser au témoin une question fondée sur une aventure personnelle? Il me semble que l'administration d'un restaurant comprend autre chose que la seule qualité des aliments et du service. Je me rappelle être entré pour le repas du soir dans un restaurant de Portage-la-Prairie, au Manitoba, ville moyennement grande. Ce restaurant m'avait été recommandé comme le meilleur de la ville, probablement. L'ambiance était propre et d'un bon niveau moyen, sans être supérieur. Seulement, le restaurant contenait une boîte à musique d'où sortaient continuellement les sons les plus rauques qui se puissent jamais entendre. Un groupe de quatre clients a demandé qu'on fasse cesser cette musique. Leur demande étant ignorée, ils ont quitté l'endroit pour se rendre jusqu'à Winnipeg où ils comptaient obtenir un meilleur service.

Ce que je veux faire ressortir c'est que l'administration d'un restaurant exige plus que de servir une bonne nourriture et de donner un bon service. Votre organisme rendrait au Canada un excellent service du point de vue culturel, tout en augmentant le confort des clients, s'il débarrassait les restaurants des boîtes à musique.

Des voix: Très bien! Très bien!

M. MILLBOURN: Je pense que nous en convenons avec vous, sénateur. Le genre d'endroit dont vous avez parlé, bien qu'il serve une bonne nourriture et qu'il soit bien aménagé, avait probablement une clientèle de jeunes gens et de jeunes filles plutôt qu'une clientèle d'adultes.

L'hon. M. BEAUBIEN: Autrement dit, ce n'était pas un endroit pour des gens mûrs.

M. MILLBOURN: Le directeur aura préféré perdre la clientèle du sénateur et du groupe de quatre plutôt que celle de quatre cents jeunes qui maintiennent les affaires de son restaurant.

L'hon. M. BEAUBIEN: Cela irait mieux à un jeune homme comme moi.

L'hon. M. DAVIES: J'aimerais vous montrer l'envers de la médaille maintenant. L'an dernier, je suis revenu de la Floride en automobile et j'en suis venu à la conclusion que la nourriture et le service dans nos restaurants canadiens sont supérieurs à ce qu'on trouve aux États-Unis. En revenant de Washington, je me suis arrêté à Harrisburg, qui est une grande ville. La salle à manger était fermée,—il était 8 h. 45 et nous étions cinq,—alors, nous sommes rendus à un restaurant, et je puis vous dire que c'était affreux; je n'ai jamais rien vu de semblable au Canada. Je ne crois pas que nous ayons raison d'avoir honte de nos restaurants en les comparant à ceux des États-Unis.

L'hon. M. ISNOR: Monsieur Millbourn, souscririez-vous à l'idée exprimée par M. Caswell quant au change?

M. MILLBOURN: J'ai écouté avec un très vif intérêt M. Caswell s'exprimer sur ce point. Je ne puis parler que des 1,300 membres de notre association, à travers le pays, qui acceptent au pair les devises américaines. Mais il y a une limite à ce que nous pouvons supporter: 1 ou 2 p. 100, très bien, mais c'est une autre histoire quand le taux passe à 3½ ou 4 p. 100. Si l'on accepte au pair la monnaie à ce taux, le profit sur tout le repas y passe. Pendant la période achalandée du tourisme, c'est-à-dire pendant les quatre mois qu'a mentionnés M. Caswell, les restaurants font évidemment un fort commerce avec les touristes, jusqu'à 35 p. 100 de tout leur commerce pendant cette période.

L'hon. M. ISNOR: C'est un supplément aux affaires.

M. MILLBOURN: Non, pas toujours un supplément. Pendant la même période où nous accueillons les touristes, notre clientèle canadienne régulière est en vacances ailleurs. Ce sont les mois réguliers de vacances tant pour les Canadiens que pour les Américains, et les Canadiens ne demeurent pas chez eux seulement pour fréquenter les restaurants de tous les jours. Alors que le commerce touristique peut représenter 35 p. 100 du total, à la fin de la journée, la caisse peut contenir de l'argent américain dans la proportion de 75 p. 100 des recettes, parce que le change remis était en monnaie canadienne.

L'hon. M. ISNOR: J'ai entendu déjà la même chose. Pourquoi devez-vous remettre le change en monnaie canadienne?

M. MILLBOURN: Il n'y a pas d'obligation, monsieur, et souvent nous ne le faisons pas. Si le touriste retournant aux États-Unis tend un billet de dix dollars, il demandera son change en billets américains; tandis que s'il vient d'entrer au Canada, il demandera souvent de l'argent canadien, car il pourra passer une semaine ou dix jours au pays. A supposer que sa note se monte à un dollar, nous lui déduirons le change de son dollar, mettons à 3 p. 100, et lui remettrons \$9 en monnaie américaine, mais alors il perdra 3 p. 100 partout et toujours, chaque fois qu'il échangera un billet d'un dollar.

L'hon. M. ISNOR: Est-ce que cela n'occasionnera pas un ressentiment?

M. MILLBOURN: Non. Nous usons d'une grande délicatesse pour traiter le problème de cette manière.

L'hon. M. ISNOR: J'aimerais dire que j'ai toujours préconisé vivement l'acceptation de la monnaie américaine jusqu'à un certain point, bien que les gens qui vivent près de la frontière peuvent ne pas s'accorder avec moi. Il a utilisé le même argument que vous, à savoir que vous ne pouviez pas accepter un billet américain de \$10 ou \$20 et faire le change en monnaie canadienne quand la note n'est que d'un dollar. Alors je dirais qu'afin d'éviter cela, tout ce qu'il y a à faire c'est d'avoir en main \$20 en monnaie américaine et les renouveler à mesure qu'ils s'épuisent.

M. MILLBOURN: Parfaitement.

L'hon. M. ISNOR: Puisque vous êtes en train de vous créer un achalandage, surtout quand une vente vous rapporte un bénéfice de 20 p. 100, vous réalisez des profits suffisants pour supporter la perte de 2 ou 3 p. 100. Je crois qu'il est de bonne administration d'encourager cette façon d'agir.

L'hon. M. BAIRD: Vous m'avez donné à entendre que votre bénéfice n'était pas de 20 p. 100, mais probablement d'environ 4 p. 100.

M. MILLBOURN: Oui. Aviez-vous conclu que nous réalisions 20 p. 100 de profit?

L'hon. M. ISNOR: Je conclurais que le détaillant moyen à travers le pays fait un profit de 20 p. 100.

L'hon. M. BAIRD: Mais ce monsieur est dans le commerce des restaurants.

L'hon. M. ISNOR: Je sais qu'il est dans le commerce des restaurants.

M. MILLBOURN: C'est exact.

L'hon. M. BAIRD: Allons un peu plus loin afin d'expliquer mon argument. Je suis entré dans un restaurant où j'ai commandé trois œufs au lieu des deux que j'ai l'habitude de prendre; la note se montait à 60c. J'ai trouvé que c'était un peu trop cher pour trois œufs bouillis, probablement des œufs de grosseur moyenne seulement.

M. MILLBOURN: Vous avez eu des rôties avec les œufs?

L'hon. M. BAIRD: Je n'ai rien eu, sauf des injures.

L'hon. M. DAVIES: Quel est ce mot... "engueulade"?

L'hon. M. BAIRD: Croyez-vous qu'à ce prix il réalisera 4 p. 100 ou 40 p. 100? Les œufs coûtent environ 50c. la douzaine.

M. MILLBOURN: Strictement par rapport au coût des aliments, le profit serait plus grand que cela. Mais ça ne tient pas compte des frais généraux.

L'hon. M. BAIRD: En d'autres termes, vous croyez que les frais généraux sont tellement élevés qu'il vous faut des profits de cet ordre,—la différence entre le profit brut et le profit net?

M. MILLBOURN: Généralement parlant, oui.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Millbourn, j'ai une question à laquelle M^{me} Montgomery devra répondre, je crois. Nous entendons beaucoup parler des mets spécifiquement canadiens à servir aux touristes.

M. MILLBOURN: C'est vrai.

Le PRÉSIDENT: Ce serait un appât pour de nombreux touristes s'ils pouvaient obtenir ces mets spécifiquement canadiens, tels que la soupe aux pois dans la province de Québec. Je suppose que nous pouvons interroger M^{me} Montgomery sur ce sujet.

M. MILLBOURN: Vous le pouvez. Elle est parfaitement en mesure de vous renseigner.

Le PRÉSIDENT: Avez-vous d'autres questions à poser à M. Millbourn? Cette dame est parmi nous. Je ne sais pas si elle protestera ou non, mais elle fait probablement autorité en la matière; nous pouvons donc en discuter avec elle.

L'hon. M. CRERAR: Parfait! Parfait!

Mme F. G. Montgomery, administratrice-directrice de la *Canadian Restaurant Association*, se lève pour prendre la parole devant le Comité.

Le PRÉSIDENT: Madame Montgomery, vous pourriez nous dire ce qui s'est fait en ce sens pour ce qui a trait à ces mets typiquement canadiens.

M^{me} MONTGOMERY: Sénateur Buchanan et messieurs les membres du Sénat, si vous me le permettez, avant de vous parler de la cuisine canadienne que

nous cherchons à répandre, je prendrai un moment pour vous dire une ou deux choses concernant notre association. Certaines des questions posées me poussent à le faire. J'aimerais simplement vous dire que notre organisme est très entreprenant et très progressiste et qu'il collabore étroitement avec les ministères et les services de Santé à tous les niveaux, tant provincial que municipal. Nous collaborons avec les ministères du Travail sur la même base. Notre but constant est d'améliorer les règlements actuels de l'hygiène et de la santé. Dans certaines localités au Canada, nos membres ont pratiquement fait passer dans les lois des exigences concourant à une amélioration. La même chose peut se dire de certaines régions pour ce qui est du travail. A l'heure actuelle, nous avons devant le ministère ontarien du Travail un exposé dans lequel nous demandons un relèvement du niveau des règlements et une augmentation du salaire minimum, etc.

Nous cherchons constamment à améliorer les conditions de notre industrie, et nous croyons que cette amélioration se reflétera par un meilleur service, une meilleure nourriture et une plus grande appréciation de l'industrie en général.

Tout notre travail s'accomplit bénévolement. Les cotisations nous soutiennent et chaque année nous tenons un grand congrès qui vient ajouter à nos revenus au moyen desquels nous rendons des services à nos membres. Nos services sont surtout de nature éducative, puisque nous leur fournissons tous les renseignements possibles afin de les aider à améliorer l'exploitation de leurs restaurants, leurs relations personnelles, leurs relations extérieures et l'ensemble de leur entreprise; en somme, nous les aidons à mieux accomplir leur tâche.

Nous faisons un choix judicieux de nos membres. Nous n'acceptons pas le premier venu; souvent même, quand nous entretenons un doute relativement à un candidat, nous nous adressons directement au ministère de la Santé pour savoir si oui ou non le restaurant dont il s'agit a une bonne réputation. Voilà sur quoi se fonde l'admission d'un nouveau membre. Voilà pourquoi, également, nous comptons probablement moins de 10 p. 100 de tous les établissements où l'on sert à manger à travers le pays. Nous ne regardons pas à l'importance de l'établissement. Un restaurant de la Colombie-Britannique n'a que neuf sièges, mais je puis vous assurer qu'il n'en restera pas à neuf sièges bien longtemps, car il fait des progrès très rapides. La gamme s'étend donc de ce petit restaurant jusqu'au plus grand au Canada.

Venons-en à la cuisine, ce qui est une autre question. Par l'entremise de notre association et de la *Canadian Tourist Association*, à laquelle nous sommes affiliés, j'ai eu l'honneur de présider un comité de la *Canadian Tourist Association* connu sous le nom de Comité de la cuisine canadienne. Le travail de ce comité représente pour chacun de nous une tâche supplémentaire, puisque nous avons tous des emplois continus qui exigent beaucoup de travail; ainsi, ce que nous avons accompli dans ce comité est un travail supplémentaire. Nous avons fait paraître, il y a trois ans, le "*Guide to Canadian Cuisine*" qui contient nombre de recettes de base, telles celles de la soupe aux légumes, de la soupe au poulet, de la soupe aux pois, et d'autres semblables; et nous encourageons les personnes qui se serviraient de ce livre à varier ces recettes de base suivant leur propre inspiration. Autrement dit, ce livre a été préparé pour les exploitants de petits restaurants et de petits établissements qui n'avaient peut-être pas de bonnes recettes de base et qui préparaient les aliments "à l'aventure", comme c'était la façon très commune dans le passé.

Cette année même, nous avons publié un supplément à ce petit livre de recettes régionales et provinciales.

L'hon. M. BAIRD: Excusez-moi, madame, mais est-ce là la raison pour laquelle tous les repas ont le même goût dans les restaurants?

M^{me} MONTGOMERY: Ce n'est pas le cas, monsieur. Ce livre contient de cinq à dix recettes de chaque province. Nous en avons obtenu par l'entremise des

offices provinciaux du tourisme et des membres de notre comité. Au fait, c'est un mince effort que ce livre, mais nous avons bon espoir qu'il marque le début d'un très grand effort d'encouragement à nos restaurants, à nos hôtels et à nos établissements de villégiature de servir comme plats spéciaux des aliments régionaux. Par exemple, dans la région du lac Supérieur, il faudrait à tout prix faire valoir le corégone du lac Supérieur en l'appêtant le mieux possible; en Québec, c'est la soupe aux pois, le sirop d'érable, le fromage, etc., qu'il faudrait mettre en évidence sur le menu; il faudrait que la réclame soit vraiment appropriée. Tâchons de faire reconnaître le caractère régional de ces plats. En fin de compte, le touriste américain au Canada ne désire pas trouver chez nous du poulet frit à la manière du sud, il cherche ce que nous avons au Canada qui soit un peu différent de ce qu'il obtient chez lui.

Le PRÉSIDENT: Les restaurants sont-ils en train d'adopter ces nouvelles recettes; cherchent-ils à les faire apprécier et les mettent-ils en évidence?

M^{me} MONTGOMERY: Ce livret n'a paru qu'à la suite du congrès du tourisme tenu en octobre, mais les ministères provinciaux du tourisme et de la publicité en ont acheté un nombre suffisant pour pouvoir en distribuer à tous leurs membres avec l'espoir que ceux-ci utiliseront les recettes abondamment au cours de la prochaine saison. De notre côté, nous tâchons d'encourager les membres de notre association à faire de même. Nous espérons voir se développer un mouvement qui ne devrait pas manquer d'intéresser les touristes.

Le PRÉSIDENT: Il vous faut aussi un bon cuisinier.

M^{me} MONTGOMERY: Vous avez tout à fait raison. Nous préconisons des menus pas trop chargés. Nous conseillons aux restaurateurs de ne pas avoir des menus à en tapisser les murs; plutôt, que les menus soient brefs et que tous les plats qui y paraissent soient bons. Monsieur le président, je suis toute disposée à répondre aux questions, maintenant.

L'hon. M. BAIRD: En publiant ce livret entretenez-vous l'espoir de standardiser plus ou moins les repas qui seront servis?

M^{me} MONTGOMERY: Non, je ne dirais pas cela. Nous croyons simplement, pour donner un exemple, que si l'on met un bon bouillon dans la soupe aux légumes, cette soupe sera bonne.

L'hon. M. BAIRD: Vous voulez dire que le visiteur à ce paradis qu'est Terre-Neuve s'attend qu'on lui serve de la morue.

M^{me} MONTGOMERY: Oui, peut-être même des langues de morues. Le restaurant de M^{me} Frost à Terre-Neuve est réputé. M^{me} Frost est un bon membre de notre association et, chaque année, elle assiste à nos congrès. Je rencontrais récemment M. John Fisher qui sortait d'une gare et il me disait: "J'ai été bien déçu qu'on ne me serve pas de Nippers au restaurant de M^{me} Frost."

L'hon. M. BAIRD: C'est probablement là ce qu'il y a de mieux en hiver en fait de petit plat délicat, à Terre-Neuve. Celui qui peut en manger peut manger n'importe quoi.

M^{me} MONTGOMERY: L'an dernier j'ai terminé mon dixième voyage d'un océan à l'autre du pays et, d'après mes observations personnelles, l'amélioration qui s'est produit dans nos restaurants depuis cinq ans est incroyable. Le comité dont je suis membre, qui relève de la *Tourist Association* reçoit les commentaires des voyageurs sur les repas. Voilà quatre ans que ces commentaires nous parviennent et il est étonnant de voir comme les plaintes, chaque année, se font plus rares et moins graves. Elles ne ressemblent en rien à celles d'il y a quelques années. Nous savons bien qu'il y a encore lieu d'améliorer beaucoup, ce à quoi nous travaillons sans cesse, mais nous avons l'impression que des progrès remarquables s'accomplissent.

L'hon. M. BEAUBIEN: Votre association fait-elle quelque chose, mettons, à Terre-Neuve...

L'hon. M. BAIRD: Il n'est pas nécessaire de rien faire à Terre-Neuve.

L'hon. M. BEAUBIEN: Ou en Nouvelle-Écosse, dans l'Île du Prince-Édouard ou en Colombie-Britannique, pour enseigner aux gens comment bien cuire le poisson? Il n'y a rien de meilleur à manger sur la terre que le poisson, mais j'ai remarqué que dans ces provinces où le poisson est l'aliment principal, les gens ne savent pas l'apprêter.

L'hon. M. BAIRD: Vous ne parlez certainement pas de Terre-Neuve. Le poisson est délicieusement apprêté par les Terre-Neuviens.

M^{me} MONTGOMERY: Oui, il se fait quelque chose. Nous avons ouvert une école à cette fin à Vancouver. Nous n'en avons pas dans les Maritimes, bien qu'il se donne des cours abrégés d'art culinaire, en Nouvelle-Écosse, aux personnes qui s'occupent des touristes. Il est un point bien discutable dans notre industrie de la pêche. Il me semble abominable à l'extrême que les meilleurs produits de notre industrie de la pêche soient expédiés outre-frontière. J'en connais tant d'exemples. Il y a trois ans, j'étais à Atlantic-City où l'on m'a servi, à l'occasion d'une fête au congrès des restaurateurs, le homard le plus délicieux. L'une des personnes de la fête s'est enquis de la provenance de ces homards. Le garçon de table a répondu qu'ils venaient de la Nouvelle-Écosse. Seulement, quand nous visitons la Nouvelle-Écosse, nous n'obtenons pas de homards semblables, ni dans l'Île du Prince-Édouard. Quand nous allons à la côte du Pacifique, nous ne mangeons pas le meilleur poisson. On peut dire la même chose de la région du lac Supérieur. On nous dit, à la tête des lacs, qu'il nous est difficile d'obtenir le meilleur poisson parce qu'il est expédié au delà de la frontière.

L'hon. M. McINTYRE: Parlez-vous du homard dans sa carapace ou en boîte?

M^{me} MONTGOMERY: Du homard, tout simplement.

L'hon. M. McINTYRE: Vous pouvez obtenir tout le homard en boîte que vous désirez en provenance de l'Île du Prince-Édouard, mais le homard complet ne s'obtient qu'en mai et juin dans certaines régions de la province; vous pouvez toujours l'obtenir en boîte.

L'hon. M. HOWDEN: Vous ne pouvez obtenir le corégone du lac Winnipeg à Winnipeg.

M^{me} MONTGOMERY: Et cela est vrai de nos produits vraiment supérieurs de la pêche, et d'autres industries; il est tout simplement impossible de les obtenir ici. Voilà une des raisons pour lesquelles nos amis américains se plaignent du service pour ce qui est du poisson et autres aliments dans les Maritimes et la Colombie-Britannique. A mon avis, c'est vraiment malheureux et nous ne devrions pas avoir à envisager cette situation. Sûrement, on pourrait conserver une quantité suffisante de ces aliments pour la consommation domestique?

L'hon. M. BEAUBIEN: Je proposerais que vous fassiez parvenir vos recettes pour la préparation du poisson au cuisinier du restaurant parlementaire, si vous en avez des copies supplémentaires.

L'hon. M. BAIRD: Puisque nous sommes sur le sujet de la cuisson du poisson, je ferai remarquer qu'à l'édifice de l'ouest il y a un comptoir où l'on peut obtenir des recettes et où les repas qui y sont servis à diverses personnes sont supérieurs. C'est un endroit d'expérimentation. Mon épouse en a apporté à la maison des recettes qui étaient excellentes. Ce doit relever du ministère des Pêcheries.

M^{me} MONTGOMERY: En effet, M^{lle} Helen McKercher, qui est l'économiste en chef, est très compétente; elle fait un excellent travail.

Messieurs, j'aimerais ajouter également qu'en matière d'éducation, nous accomplissons un gros travail à notre congrès annuel. Ce congrès se tient chaque année à Toronto. La démonstration a lieu dans l'édifice de l'automobile

sur le terrain de la Foire nationale. Le programme et les objets exposés seront très intéressants cette année, ainsi que les plans d'amélioration de la nourriture dans les restaurants. Nous faisons des dépenses considérables pour amener des conférenciers à notre congrès. Je voudrais vous convaincre de nos efforts véritables et aussi que notre travail porte fruit.

L'hon. M. BAIRD: Vous avez l'impression d'accomplir quelque chose, de toute façon?

M^{me} MONTGOMERY: Oui, sûrement. M. Leo Dolan a été l'un de nos conférenciers invités. Le dernier était M. John Fisher, qui nous disait qu'il avait assisté à un congrès cinq ans auparavant et qu'en observant notre exposition et les progrès que nous avons accomplis, il nous félicitait et se voyait obligé de changer complètement d'avis. Il en a été si fortement impressionné qu'à la suite de l'exposition il a consacré son émission radiophonique du samedi soir à parler de notre congrès et du progrès accompli dans l'amélioration de la nourriture. Tout cela nous a grandement plu, car, comme vous le savez, son émission est radiodiffusée à travers le pays.

L'hon. M. ISNOR: Je crois que vous accomplissez un excellent travail, mais je ne pense pas que vous fassiez justice aux Maritimes quand vous parlez comme vous venez de le faire du homard. On a dit la même chose des oranges "Sunkist" de la Californie pendant de nombreuses années. Quand j'ai voyagé en Californie, j'ai vu des oranges, j'en ai cueilli que je trouvais de première qualité mais en causant avec des habitants de cet état, ces gens me disaient que les meilleures oranges sont expédiées en dehors de la Californie alors que pour la consommation locale on conservait des qualités domestiques. Je crois que les homards servis dans les Maritimes sont aussi bons que ceux qui sont servis à Cape-Cod ou n'importe où ailleurs. Je crois que votre association a tort de prétendre le contraire et, ce disant, je n'ai pas l'intention de critiquer. Je pense qu'il serait mieux de faire une tournée des restaurants, en particulier ceux des Maritimes, afin de les presser de servir plus de homard et plus de poisson, en un mot plus d'aliments locaux. Je pense qu'en adoptant cette pratique, vous feriez un travail vraiment bon. Je me rappelle qu'en 1934, quand je suis venu à la première réunion de la *Tourist Association*, nous avons fait ressortir l'importance d'encourager l'industrie à servir plus de poisson, ce qui s'est fait. Je crois que votre association des restaurateurs accomplit un bon travail, mais j'aimerais qu'elle agisse un peu plus dans le sens que je viens de proposer.

M^{me} MONTGOMERY: M. Caswell a mentionné ce matin que la *Canadian Hotel Association* recevait ces plaintes de la part des touristes. Elles nous parviennent également; en voici une que j'ai reçue hier après-midi, juste avant mon départ de Toronto pour me rendre ici. Elle vient d'un touriste américain qui se plaint de ce qu'au cours des deux semaines qu'il a passées dans les Maritimes, la plupart du temps en Nouvelle-Écosse, on ne lui a jamais servi un homard pesant plus des trois quarts d'une livre et la qualité n'en était pas aussi bonne que dans les États de la Nouvelle-Angleterre.

L'hon. M. ISNOR: Un homard d'une livre et demie constitue un très bon plat.

M^{me} MONTGOMERY: En effet, seulement un homard de trois quarts de livre ne représente pas beaucoup plus que la carapace.

L'hon. M. McINTYRE: La plupart des homards pêchés dans les provinces Maritimes et qui mesurent neuf pouces ou plus sont expédiés vivants aux États-Unis. Ceux de moins de neuf pouces sont tous mis en boîtes. A Halifax, à Charlottetown et presque partout dans les Maritimes, il faut servir le homard en boîte hors saison. Pendant la saison, évidemment, il est possible de les acheter vivants. Presque tout le homard en boîte vendu aux États-Unis est

mis en conserve dans les provinces Maritimes, bien qu'il s'en vende beaucoup au Canada; néanmoins, notre plus grand marché de homard en conserve est les États-Unis.

Le PRÉSIDENT: Je ne veux pas presser le Comité. Nous avons entendu des témoignages très intéressants toute la matinée et nous en avons joui, en particulier des réponses de M^{me} Montgomery aux questions qui lui ont été posées.

Nous avons encore un autre témoin d'un autre association à entendre. Cependant, s'il vous reste des questions à poser à M^{me} Montgomery, allez-y.

Comme il n'y en a pas d'autres, je désire remercier M^{me} Montgomery.

Je propose que nous entendions M. Butler, administrateur de l'*Ontario Tourist Courts Association*. On a déjà répondu à certaines questions concernant l'administration des motels et des relais de touristes; je crois donc qu'il serait opportun d'entendre le témoignage d'un représentant d'un organisme qui, bien qu'étant de l'Ontario seulement, pourrait peut-être nous renseigner sur l'administration des motels par rapport au commerce touristique. Monsieur Butler, voulez-vous vous avancer, s'il vous plaît?

M. F. W. Butler, administrateur de l'Ontario Tourist Courts Association:

Mesdames et messieurs, ce m'est un privilège d'être appelé devant vous afin de répondre aux questions que vous aimeriez poser au sujet des relais de touristes. Bien que je ne représente pas l'industrie canadienne des motels, je puis parler abondamment de celle d'Ontario, et je pense que mes remarques s'appliqueraient généralement à tout le Canada.

Comme vous le savez, l'industrie des motels est relativement nouvelle, ayant connu un essor seulement après la guerre. Elle souffre de nombreux maux de tête et de bien des malaises, ce qui explique, je crois, les critiques qu'il lui faut essayer.

Un des problèmes les plus sérieux de l'industrie est le manque de personnel expérimenté ou entraîné. Il y a bien une école relevant de l'Université de Toronto pour l'enseignement des gens, mais bien peu semblent en profiter. La plupart des motels sont tenus par un homme et son épouse. Ils emploient parfois quelqu'un pour le ménage et les travaux manuels, mais la direction et l'accueil des voyageurs demeurent la charge du mari et de son épouse.

Il me ferait plaisir de répondre à toutes les questions que les membres du Comité voudraient me poser.

L'hon. M. BAIRD: Pourquoi les prix dans les motels ont-ils augmenté au point d'être maintenant comparables à ceux dans les hôtels?

M. BUTLER: Une des raisons serait le manque d'expérience dans la conduite d'une telle entreprise. Plusieurs exploitants, surtout dans les régions où le commerce est strictement touristique, semblent faire varier les prix en fonction de l'offre et de la demande.

L'hon. M. BAIRD: Serait-ce que nombre de motels appartient de nos jours à des propriétaires d'hôtels?

M. BUTLER: Non, je crois que le cas est très peu fréquent; au fait, je n'en connais qu'un ou deux. Une autre raison à cette situation est le problème de l'expansion, en raison de la difficulté à obtenir du capital. Il faut emprunter sur hypothèques à court terme, peut-être de trois ans, et à un taux d'intérêt élevé. C'est ce qui s'appelle des fonds pour déficits prévus, et c'est difficile à obtenir. Ceux qui obtiennent de ces fonds doivent voir à ce que leur commerce donne un assez fort rendement afin de sauvegarder leur propre placement qui peut être de \$20,000 ou \$30,000.

Voilà un des maux de tête associés à l'amélioration des motels, de nos jours. Le service aux voyageurs serait meilleur, il me semble, ainsi que le rendement au propriétaire si celui-ci pouvait obtenir des fonds au taux normal d'intérêt au terme usuel.

L'hon. M. BISHOP: Est-ce que la plupart des motels ne sont ouverts qu'en été ou bien quelques-uns font-ils du commerce toute l'année?

M. BUTLER: Le nombre de ceux qui sont ouverts toute l'année grandit toujours, surtout dans les régions métropolitaines telles que dans les environs de Windsor, London et Niagara-Falls. Le motel qui prend strictement le commerce du tourisme n'est ouvert que pour une saison de quatre mois.

L'hon. M. ISNOR: Ce dernier type est-il membre de votre association?

M. BUTLER: Oui, peut appartenir à notre association tout motel ayant un niveau élevé sévère de qualité: il doit être bien administré, bien dirigé et avoir un service de haut calibre. L'association n'accepte pas n'importe qui. Elle exige un niveau comparable à celui qu'exigent l'*American Automobile Association* et d'autres grandes associations aux États-Unis.

L'hon. M. ISNOR: J'ai cru comprendre que le président a dit de votre association qu'elle ne s'étendait qu'à l'Ontario?

M. BUTLER: C'est juste.

L'hon. M. ISNOR: La province d'Ontario fait-elle des avances aux motels sous forme d'aide financière?

M. BUTLER: Il n'y a pas d'aide financière.

L'hon. M. ISNOR: Par l'entremise de la *Tourist Association*, ou autrement?

M. BUTLER: Oui. C'est le cas, je crois, dans une province du Canada. Je ne sais pas si c'est l'Île du Prince-Édouard ou le Nouveau-Brunswick qui aide les exploitants de motels à s'établir ou à renover leur établissement.

L'hon. M. ISNOR: C'est ce que fait la Nouvelle-Écosse.

M. BUTLER: Oui, c'est le cas que je connais.

L'hon. M. BAIRD: Que pensez-vous que sera l'avenir du commerce des motels?

M. BUTLER: L'avenir de l'industrie des motels semble bien prometteur. Je crois cependant,—et là-dessus je m'accorde avec M. Dalton Caswell,—que leur méthode d'exploitation et le service qu'ils donnent ont besoin d'une très grande amélioration. L'idée qu'un voyageur veut simplement un lit sera tout à fait fausse dans un avenir assez rapproché; il exige maintenant plus de service.

L'hon. M. BAIRD: Étant donné ce que vous lui chargez, cela lui est dû.

M. BUTLER: Oui. C'est mon avis à moi aussi.

L'hon. M. BAIRD: En effet.

M. BUTLER: Je pense que les prix que chargent les motels, dans un grand nombre de cas, soit dans les régions de villégiature et dans les régions où le commerce, strictement saisonnier et de courte durée, dépend des touristes, que leurs prix, dis-je, sont un peu élevés, et je crois qu'un bon nombre des personnes sur qui l'industrie du tourisme s'appuie ont la même impression que moi.

L'hon. M. BAIRD: Ne croyez-vous pas que le commerce des motels a pu s'établir précisément à cause de ses prix moindres du début, leurs prix étant inférieurs à ceux des hôtels?

M. BUTLER: Non, je ne crois pas que les motels aient rien enlevé aux hôtels. Remarquez que l'industrie des motels a pris naissance et a grandi avec l'industrie de l'automobile. C'est à ce moment-là qu'ont commencé les voyages. Ce n'est que depuis la guerre que nous observons ce mouvement effroyable sur les routes.

L'hon. M. BAIRD: Au début, le prix par jour était beaucoup moindre.

M. BUTLER: Évidemment, le logement était bien inférieur également. Aux premières années de l'industrie, tout ce que contenait une chambre était un lit, alors qu'aujourd'hui les agréments qu'on trouve dans les motels rendent leur logement comparable à celui dans les meilleurs hôtels. Les motels donnent donc le service voulu.

L'hon. M. BAIRD: Mais ils n'ont pas les mêmes frais d'administration.

M. BUTLER: C'est juste. Ils n'ont pas les frais d'administration d'un hôtel. D'autre part, ces frais augmentent constamment. Il y a maintenant des motels qui ont le service téléphonique vingt-quatre heures par jour; en outre, ils donnent aussi un service limité dans les chambres. Ils tiennent de la glace à la disposition de leurs clients; ils tiennent de petits restaurants; certains ont même des salles à manger. Ainsi, à mesure que les services augmentent, le prix des chambres augmente aussi, naturellement, car il faut bien que quelque chose vienne contre-balancer les frais. Je crois cependant, comme je le disais tout à l'heure, qu'à l'avenir, les motels qui dureront seront ceux qui donneront un peu de service aux voyageurs. Le gros avantage de descendre dans un motel pour la personne en vacances, c'est-à-dire celle qui jouit de vacances de deux ou trois semaines, c'est qu'elle peut conduire son automobile jusque devant la porte et tout ce qui lui reste à faire est de décharger son bagage. La femme peut porter le short et entrer mise comme il lui plaît. On ne pourrait pas se présenter dans l'entrée du Château-Laurier habillé de cette façon; il faut être bien mis. Voilà l'origine des motels. Je ne pense pas que l'industrie des motels soustraie véritablement beaucoup de commerce aux hôtels.

Le PRÉSIDENT: Monsieur Butler, recevez-vous bien des plaintes de la part de touristes américains qui vous disent que les prix exigés dans les motels et les relais de tourisme en Ontario sont plus élevés que dans la partie nord de l'État de New-York? Ils comparent ce qu'ils obtiennent dans leur pays à ce qui leur est offert ici. On a attiré mon attention, l'autre jour, sur une plainte que les prix dans les bons motels de l'État de New-York étaient modérés en comparaison des prix exigés dans des motels de classe inférieure en Ontario. Recevez-vous de nombreuses plaintes de cette espèce?

M. BUTLER: Non. Les principales plaintes qui nous arrivent concernant les prix viennent de la région de Toronto pendant la Foire nationale ou quand il se passe un événement spécial. De nombreux exploitants profitent de ces événements spéciaux, alors que le logement est en demande, pour hausser leurs prix. Notre association a fait pratiquement tout ce qui était en son pouvoir pour tâcher d'empêcher cet état de choses. Au fait, nos membres dans les environs de Toronto ont fortement conscience que notre association ne tolère pas les prix exorbitants à l'occasion d'un événement spécial. Certains exploitants, en des occasions spéciales, ont augmenté leur prix de \$7 jusqu'à \$12. Notre association cherche à bannir une telle pratique. Elle veut éduquer les exploitants en leur apprenant à diriger leur commerce comme tout autre commerce, c'est-à-dire d'après les bons principes d'affaires. Beaucoup des ennuis viennent de ce que des gens inexpérimentés ont entrepris l'exploitation de motels. Un bon nombre de propriétaires consacrent seulement une partie de leur temps à l'exploitation de leur entreprise, ce qui, naturellement, ne donne pas les meilleurs résultats. Des personnes à la retraite sont entrées dans ce commerce, mais on ne peut pas prendre sa retraite et diriger un motel.

Le PRÉSIDENT: Y a-t-il des questions à poser à M. Butler?

D. Je vous remercie beaucoup, monsieur Butler.

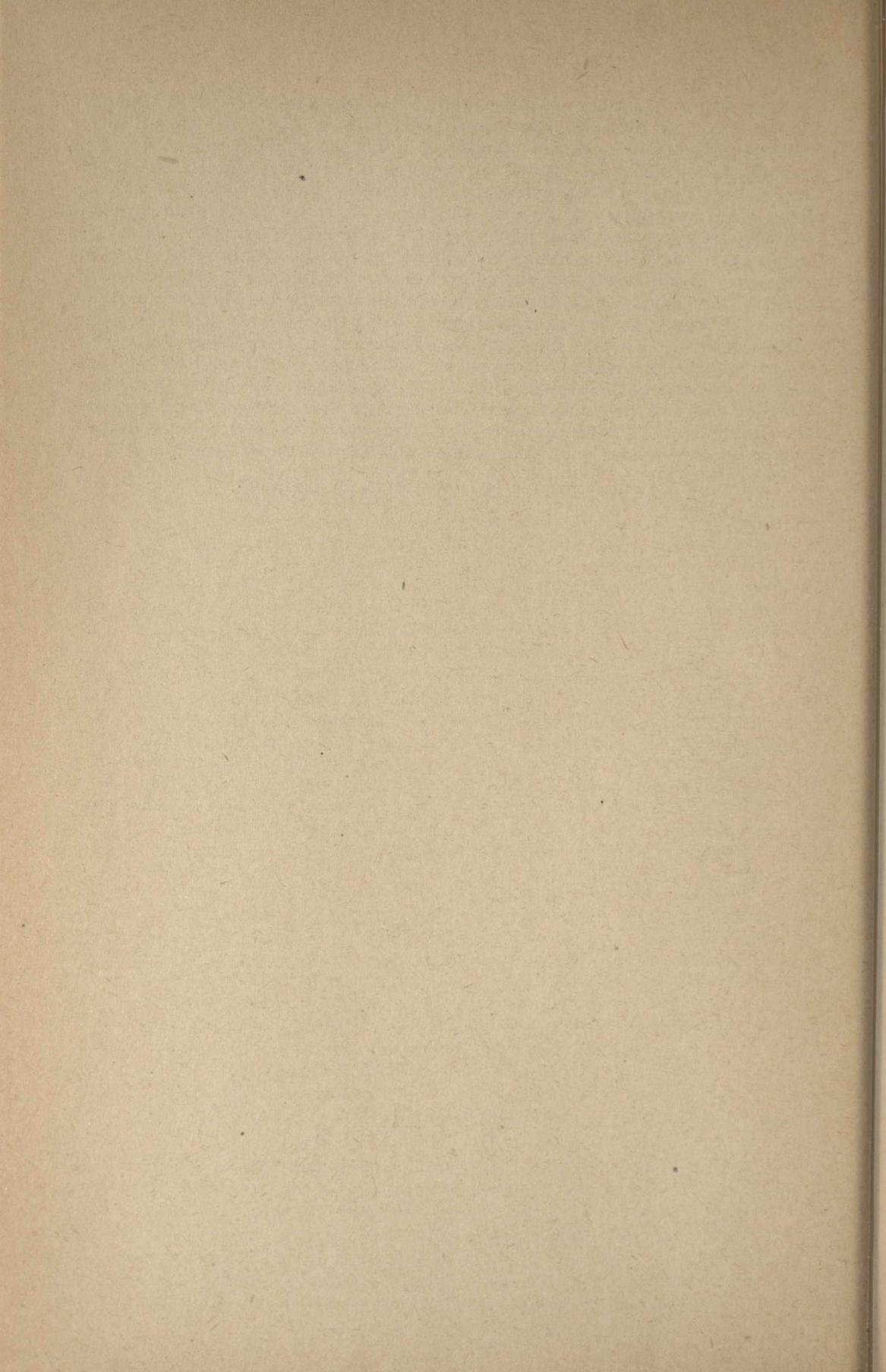
M. BUTLER: Merci, monsieur.

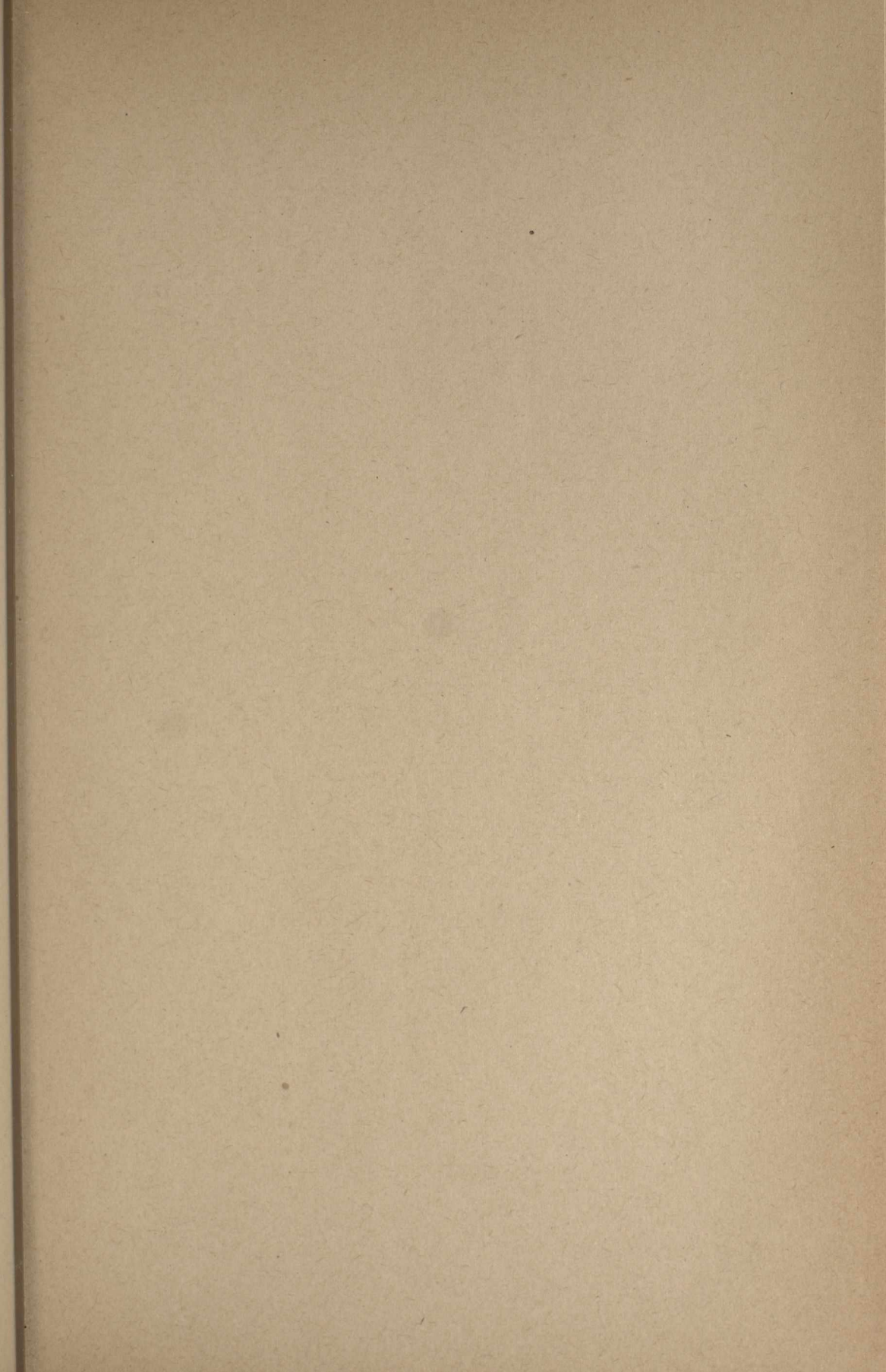
Le PRÉSIDENT: Je pense que M^{me} Montgomery aimerait ajouter un commentaire.

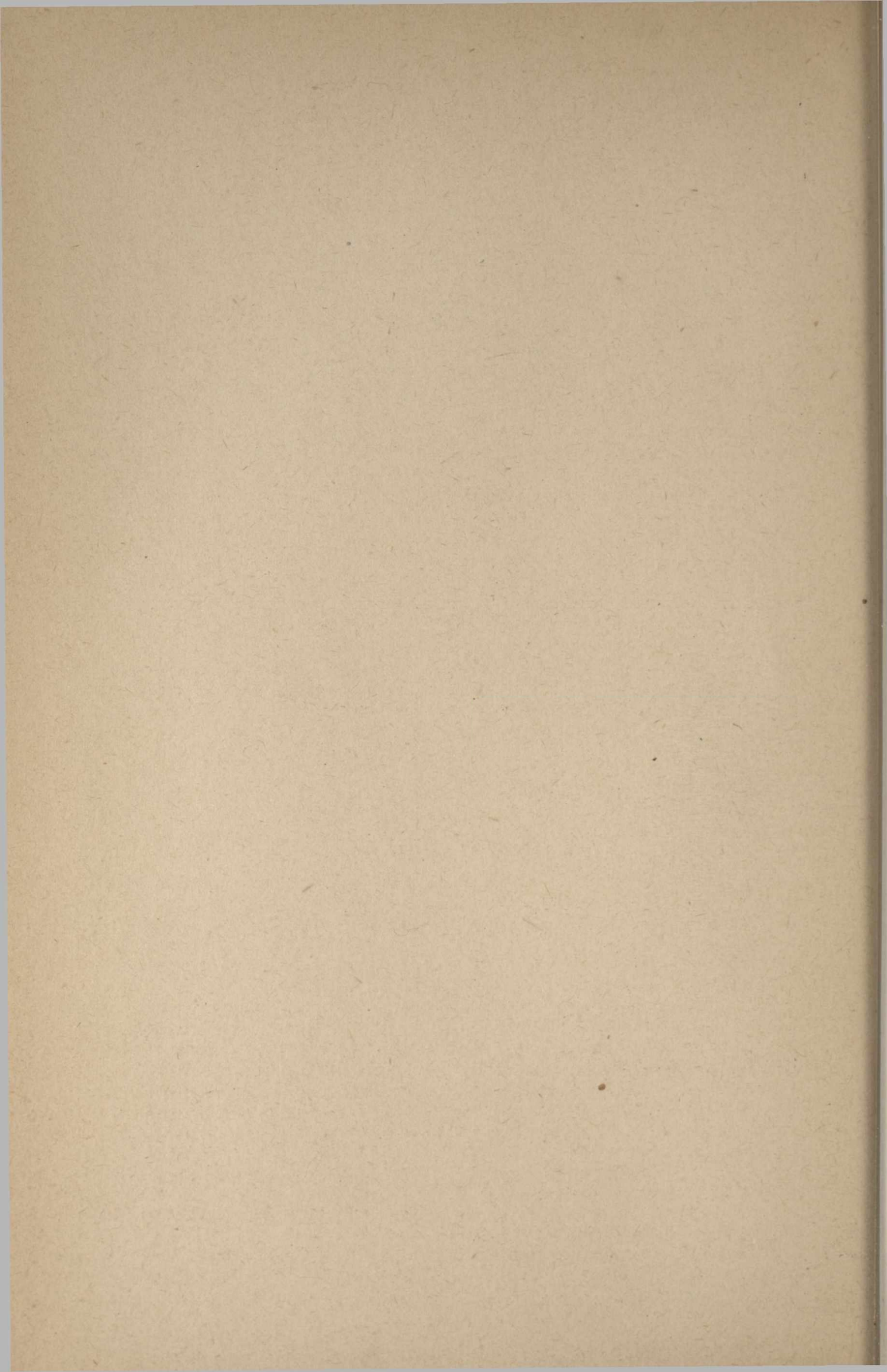
M^{me} MONTGOMERY: J'aimerais simplement savoir si le présent Comité du Sénat verrait d'un bon œil notre recommandation à la Banque du Canada lui demandant d'émettre une directive portant que les touristes américains échangent leur argent pour des devises canadiennes avant de franchir la frontière, comme c'est notre coutume à nous avant de traverser aux États-Unis. Cela aiderait à supprimer toutes les plaintes voulant qu'on n'obtienne pas une valeur suffisante pour son argent quand le taux favorise une partie ou l'autre.

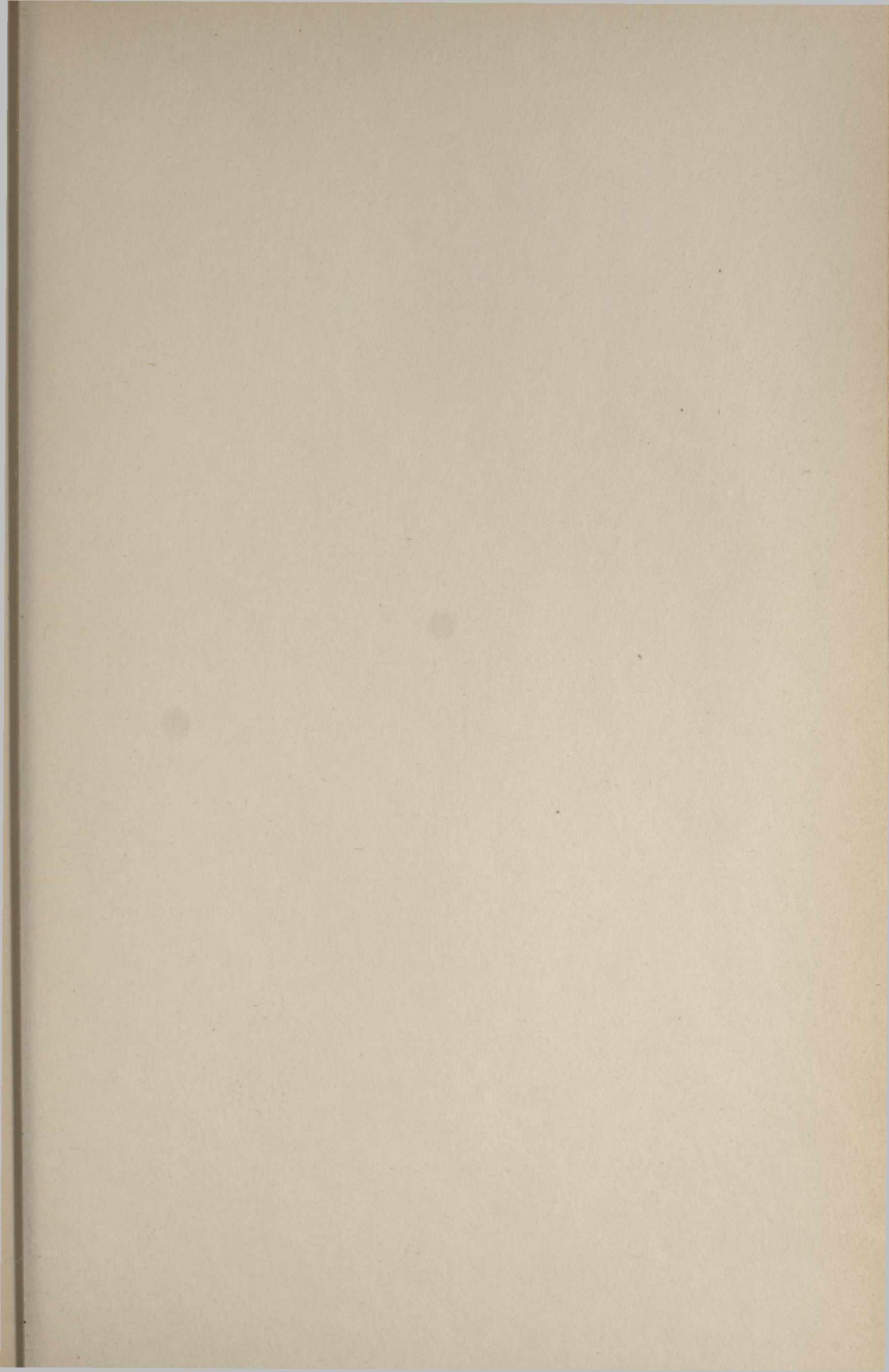
Le PRÉSIDENT: J'ignore si la Banque du Canada peut aller jusqu'à émettre une directive. La difficulté quant au change vient de ce que nos amis d'outre-frontière sont habitués depuis longtemps à bénéficier d'une prime sur leur monnaie dans notre pays; quand la situation a été renversée, ils en ont été surpris, puis vexés. Nous garderons en mémoire votre proposition et nous allons nous renseigner sur ce qui pourrait se faire en matière de publicité pour la faire accepter. Nous avons terminé cette séance pour ce qui est des témoignages. Je désire réitérer les remerciements du Comité aux représentants pour s'être présentés devant nous et nous avoir fourni des renseignements précieux, et aussi pour avoir supporté vaillamment le feu de nos questions. Le présent Comité est le seul de son genre, à ma connaissance, qui relève d'un corps législatif. Chaque année, nous tâchons d'apprendre des organismes intéressés à l'industrie du tourisme leurs problèmes, et d'entendre leurs propositions, puis nous leur posons un tas de questions afin d'être renseignés. Nous sommes très reconnaissants de la présence des différents représentants. Si vous voulez nous revenir, faites-le nous savoir et nous essaierons de préparer une autre séance pour vous à une autre session du Parlement.

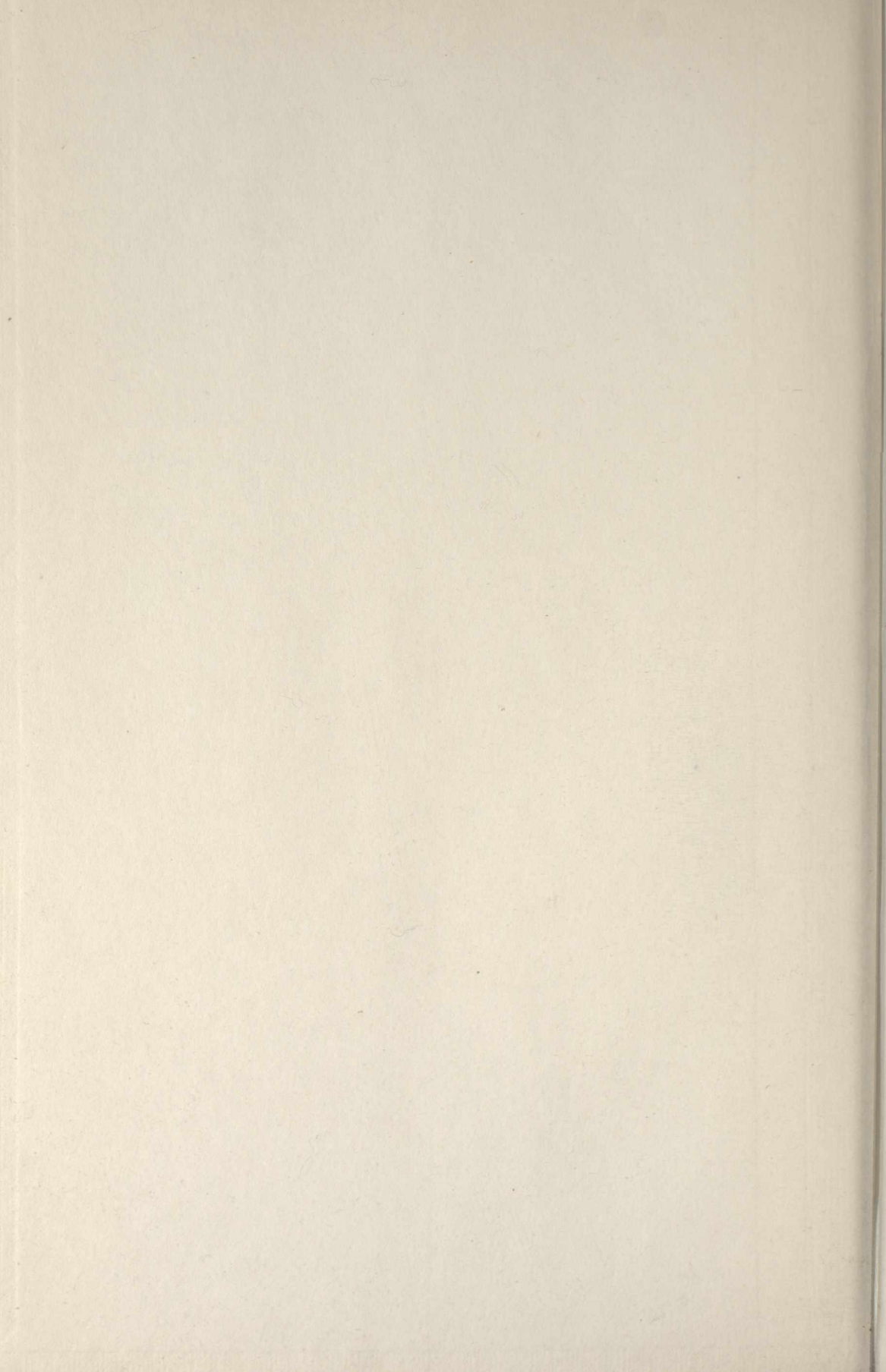
Le Comité s'ajourne jusqu'à la convocation du président.

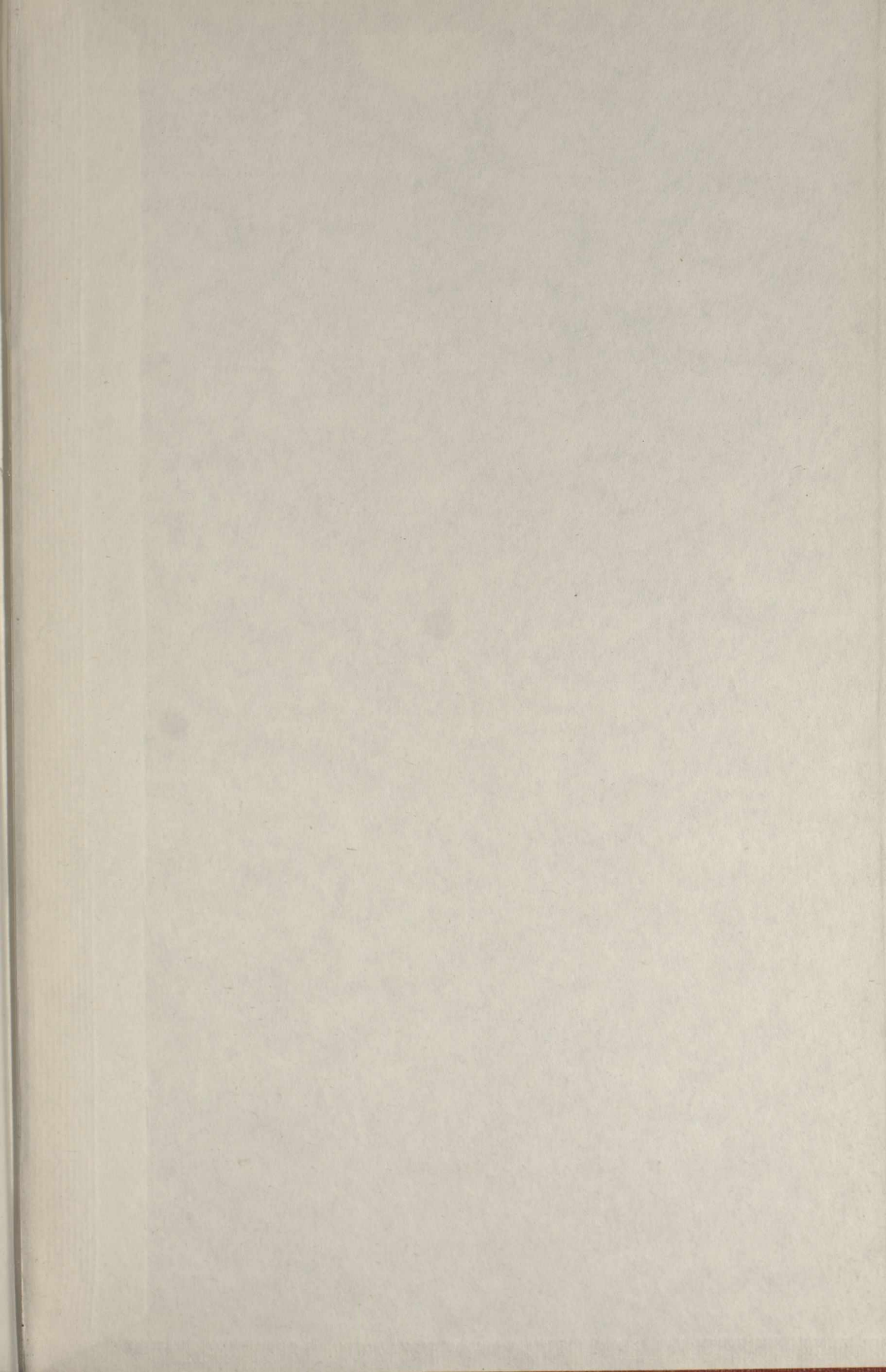












BIBLIOTHEQUE DU PARLEMENT
LIBRARY OF PARLIAMENT



3 2354 00513 400 5