



CHAMBRE DES COMMUNES
HOUSE OF COMMONS
CANADA

Comité permanent du patrimoine canadien

CHPC



NUMÉRO 005



1^{re} SESSION



41^e LÉGISLATURE

TÉMOIGNAGES

Le mardi 18 octobre 2011

Président

L'honorable Rob Moore

Comité permanent du patrimoine canadien

Le mardi 18 octobre 2011

• (0850)

[Traduction]

Le président (L'hon. Rob Moore (Fundy Royal, PCC)):
Bonjour tout le monde. Bienvenue au Comité permanent du patrimoine canadien.

Nous sommes très ravis aujourd'hui de pouvoir parler de la baie de Fundy dans le contexte du concours des sept nouvelles merveilles de la nature. Nous nous réjouissons que la baie de Fundy soit le seul finaliste canadien dans ce concours, et le comité a très hâte d'entendre les gens qui travaillent à cette campagne.

Nous recevons aujourd'hui Terri McCulloch, la directrice exécutive du Partenariat pour le tourisme de la baie de Fundy. Nous recevons également Helen Jean Newman, directrice exécutive du marketing, du tourisme et des parcs, au gouvernement du Nouveau-Brunswick, ainsi que Stacey Jones-Oxner, qui est conseillère en marketing au gouvernement de la Nouvelle-Écosse.

Bienvenue. Nous sommes ravis que vous ayez été en mesure de venir nous voir aujourd'hui. Nous savons que vous avez une vidéo à présenter, et le technicien m'indique qu'il est prêt, ce qui est fantastique.

Je vais donner la parole à Terri pour débiter. Vous avez chacun dix minutes pour faire votre exposé et pour votre vidéo.

Bienvenue.

Mme Terri McCulloch (directrice exécutive, Partenariat pour le tourisme de la baie de Fundy): Merci beaucoup, monsieur Moore.

Bonjour, mesdames et messieurs du comité permanent. Merci beaucoup. Il est bon d'être ici à Ottawa, comme toujours, et c'est un grand plaisir pour moi de venir vous parler de la participation de la baie de Fundy à la campagne mondiale des sept merveilles de la nature et de la chance unique que cela représente pour le Canada.

La baie de Fundy représente notre pays dans la quête mondiale en cours pour trouver les sept nouvelles merveilles de la nature. C'est une occasion de faire participer les gens de partout sur la terre pour déterminer quelles sont les régions naturelles les plus extraordinaires du monde.

J'ai vécu dans la région de la baie de Fundy toute ma vie. La baie de Fundy est sans conteste une place merveilleuse. C'est un endroit d'une grande beauté. C'est un phénomène naturel incroyable. Et c'est un endroit qui est maintenant mieux connu par le reste du monde.

Aujourd'hui, j'aimerais vous présenter un résumé de la grande aventure de la baie de Fundy et de l'occasion unique que cela représente pour le Canada.

Premièrement, je vais vous expliquer les origines de l'idée des sept nouvelles merveilles de la nature. En 2001, un Canadien d'origine suisse, l'aventurier et documentariste Bernard Weber, a créé la fondation New7Wonders. C'est une association à but non lucratif

située en Suisse. Son objectif est de faire mieux connaître certains des endroits les plus extraordinaires du monde.

La première initiative de la fondation a été d'organiser un effort historique partout sur la planète pour déterminer les sept nouvelles merveilles du monde créées par l'humain. Ceux qui connaissent l'histoire grec se souviendront qu'Hérodote, bien sûr, avait choisi ses sept merveilles préférées en l'année 300 avant notre ère. De ces sept, il ne reste plus que les pyramides. Bernard Weber a donc entrepris, par l'entremise de la fondation New7Wonders, de mobiliser l'enthousiasme des habitants de la planète dans le cadre d'un concours mondial amusant, quoiqu'assez intense, pour déterminer les sept merveilles du monde créées par l'humain. Le vote mondial historique a eu lieu de 2001 à 2007, et les sept nouvelles merveilles ont été annoncées le 7 du 7 2007.

À la conclusion du concours, la fondation a annoncé qu'elle chercherait à établir les sept nouvelles merveilles de la nature. Il y avait eu plus de 100 millions de votes reçus lors du concours sur les merveilles créées par l'humain.

Le concours s'était conclu par un gala télédiffusé à grande échelle et tenu à Lisbonne, au Portugal, le 7 juillet 2007. Sir Ben Kingsley et Neil Armstrong, deux noms que vous connaissez sûrement, en étaient les hôtes. Des vedettes internationales comme José Carreras, Chaka Khan et Jennifer Lopez étaient aussi de la partie. Il a été diffusé auprès des deux tiers de la population mondiale.

Petra a été l'un des gagnants du concours. Bien sûr, il y a des avantages économiques importants à participer à un tel concours mondial. Les revenus en tourisme de la Jordanie ont triplé pendant le concours.

Chichen Itza était également l'une des sept merveilles, et le nombre de visiteurs a augmenté de 75 p. 100 depuis que l'endroit a été déclaré l'une des sept nouvelles merveilles.

Tout cela nous amène à la campagne des sept nouvelles merveilles de la nature, la campagne annoncée à la conclusion de la campagne des merveilles créées par l'humain. Comment en sommes-nous arrivés là? C'est une bonne question. Comment la baie de Fundy est-elle devenue la grande finaliste canadienne dans ce concours mondial? Je vais répondre à l'une des questions fréquemment posées, c'est-à-dire y avait-il d'autres sites canadiens et quels étaient-ils? Oui, bien sûr, il y avait d'autres sites canadiens qui ont participé à la campagne. C'est à la suite d'une série de votes que la baie de Fundy a été choisi la grande gagnante et la finaliste pour le Canada.

Nous avons proposé la baie de Fundy. En fait, c'est le partenariat pour le tourisme de la baie de Fundy qui a proposé sa candidature. Nous sommes une association de tourisme à but non lucratif qui travaille en partenariat avec le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse. Les sites ne pouvaient pas être proposés par un gouvernement, ils devaient l'être par le public. Nous étions ravis d'être en mesure de proposer la baie de Fundy. Depuis, nous avons travaillé dans le cadre d'un partenariat qui fonctionne très bien et qui comprend le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'Agence de promotion économique du Canada Atlantique, notre partenaire de financement fédéral, et aussi la Commission canadienne du tourisme.

Nous avons entrepris ce voyage ensemble en 2007. À ce moment, nous étions l'un des 441 sites sur la planète proposés dans la campagne.

● (0855)

Les étapes des votes ont réduit le nombre de semi-finalistes à 220, puis à 77, puis le 7 juillet 2009, nous avons été sélectionnés parmi les 28 finalistes élites.

Il ne reste plus que 23 jours maintenant à la campagne — 28 finalistes et 23 jours — et il y a clairement un bon élan. Vous reconnaîtrez peut-être quelques noms ou quelques images sur les diapositives. Nous sommes en lice avec des sites internationaux très prestigieux et connus comme l'Amazone, les îles Galápagos, le mont Kilimanjaro, la Grande barrière de corail, la mer Morte et d'autres qui vous sont certainement familiers.

Nous sommes très confiants de pouvoir bien représenter le Canada sur la scène mondiale. Cela peut paraître bizarre que ce soit la petite baie de Fundy de la côte Est qui représente le Canada, mais cette baie possède certaines caractéristiques extraordinaires qui fascinent le monde entier, comme on a pu le constater dans cette campagne.

Je veux maintenant donner la parole à Helen Jean pour qu'elle puisse vous parler un peu plus de la baie de Fundy et vous expliquer pourquoi elle est devenue si populaire sur la scène mondiale.

Mme Helen Jean Newman (directrice exécutive, Marketing, Tourisme et Parcs, Gouvernement du Nouveau-Brunswick): La baie de Fundy est réellement une icône canadienne, bien qu'elle ne soit peut-être pas aussi connue que les Rocheuses ou d'autres sites, mais elle est incroyablement impressionnante. Elle est considérée comme une merveille naturelle, une expression utilisée également par des journalistes et dans des magazines étrangers.

Pour ceux qui ne sont peut-être pas certains de l'endroit où se situe la baie de Fundy, elle niche entre le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse.

Comme Terri l'a dit, une équipe extraordinaire travaille à cette campagne.

La baie de Fundy a les plus hautes marées de la planète. Elles sont de cinq à dix fois plus élevées que les marées ailleurs dans le monde.

Je vais vous donner un exemple visuel. Il y a une seconde, vous avez vu Hopewell Rocks à marée basse; maintenant vous voyez l'endroit à marée haute. La marée monte de 53 pieds en six heures. En comparaison, c'est l'équivalent d'un édifice à quatre étages. C'est très important. C'est comme si le Grand Canyon se vidait et se remplissait deux fois par jour au gré des marées. Cela vous donne une bonne idée de la magnificence du phénomène.

Voici une photo de Hall's Harbour. Vous pouvez voir la puissance de la marée. Pour vous faire comprendre l'ampleur de ce phénomène naturel, un cycle de marée représente l'arrivée et le retrait de 100 milliards de tonnes d'eau deux fois par jour. C'est plus que toute l'eau des rivières d'eau douce dans le monde.

La marée a eu des effets spectaculaires dans cette région du Canada. Elle a créé des paysages fantastiques. Elle a créé un mode de vie. Comme vous avez pu le voir sur la photo précédente, les pêcheurs du Nouveau-Brunswick connaissent bien la marée. Ils ne quittent pas le quai ou ne rentrent pas au quai tant que la marée ne leur en a pas donné le signal. La marée influence grandement notre mode de vie.

De plus, la marée contribue à l'incroyable diversité marine qu'on y trouve et qui est unique au monde. Il y a 12 espèces de baleines qui fréquentent la baie de Fundy chaque été pour se nourrir. Parmi ces 12 espèces se trouve la baleine noire, une espèce rare. On croit qu'il n'en reste plus que 350 sur la terre, et elles viennent à la baie de Fundy chaque été. J'étais à Grand Manan il y a deux semaines, et en faisant le tour de l'île, nous avons vu une baleine à bosse et des baleines noires jouer ensemble. Il y a des expéditions d'observation de baleines pendant lesquelles les gens peuvent voir un groupe de 30 à 35 baleines. C'est un phénomène unique sur la planète.

James Audubon avait découvert la phénoménale baie de Fundy il y a de nombreuses années. Je suis certaine que vous connaissez bien ce nom. La plupart de ses dessins d'oiseaux marins ont été faits à Grand Manan, et il y a un excellent musée là-bas qui les expose.

La baie de Fundy offre également au monde 1 200 kilomètres de côte. C'est une baie d'eau salée de 270 kilomètres de long. En plus de son écosystème et de son paysage spectaculaire, la baie de Fundy a aussi une histoire incroyable. Elle a été le site du premier établissement permanent en Amérique du Nord, qui s'est déplacé de l'île de Dochet à Port Royal.

La baie de Fundy comprend la plus vieille ville constituée du Canada. Il y a plus de 25 sites provinciaux et historiques le long de la baie de Fundy. Il y a également plusieurs sites désignés par l'UNESCO, et c'est aussi le foyer du premier géoparc en Amérique du Nord, qui a été nommé par l'UNESCO lors d'une conférence en Grèce l'an dernier.

Il ne faut pas oublier que les marées ont une très grande influence sur le mode de vie. Lorsqu'on va dans la baie de Fundy, on peut voir la série de fossiles la plus complète du monde qui remonte à 300 millions d'années. Par ailleurs, on y a accès aux rochers les plus anciens du monde: on peut y marcher, on peut les voir et les toucher. On peut aller à Joggins et trouver des fossiles extraordinaires qui nous font remonter le cours de l'histoire de 300 millions d'années.

J'ai suffisamment parlé. Il n'y a rien de mieux pour présenter la baie de Fundy que des images, alors nous allons prendre quelques minutes et vous présenter une courte vidéo sur la baie de Fundy.

[Présentation audiovisuelle]

● (0900)

Levez la main ceux qui sont déjà allés à la baie de Fundy, et je sais qu'après avoir vu cette vidéo et entendu les faits impressionnants que nous avons présentés, la baie se retrouvera sur votre liste des endroits à visiter très bientôt.

L'un des éléments que je veux souligner à propos de ce concours mondial, c'est qu'il s'agit vraiment d'une question de fierté nationale pour le Canada. Le Canada est reconnu pour sa beauté naturelle, et il serait très décevant pour nous tous, pour le Canada, que notre pays ne contienne pas une destination qui soit reconnue comme l'une des sept nouvelles merveilles de la nature. Nous voulons écrire une autre page d'histoire ensemble pour la baie de Fundy et le Canada en s'assurant qu'elle soit choisie comme l'une des sept nouvelles merveilles. La seule façon d'y arriver, c'est de convaincre les gens de voter; c'est un concours de votes.

Nous allons vous en dire un peu plus au sujet de ce que vous pouvez faire pour nous aider. La course est très serrée. Nous arriverons au fil d'arrivée dans 23 jours, et c'est le temps qu'il reste pour voter. Nos concurrents ne ménagent aucun effort. Ils sont très motivés. Desmond Tutu a récemment diffusé une vidéo de lui au sommet de la montagne de la Table pour en faire la promotion. Nous venons d'apprendre ce matin que l'Irlande courtisera les londoniens pour mousser la candidature des falaises de Moher comme nouvelle merveille.

La concurrence est incroyablement féroce, mais nous avons également des partenaires fantastiques. Jusqu'à maintenant, nous avons obtenu 4,5 millions de dollars en publicités pour la baie de Fundy — c'est-à-dire que si nous avions eu à acheter les publicités, elle nous aurait coûté 4,5 millions de dollars. Ici, vous pouvez voir Jeff Hutcheson de *Canada AM* faire une émission en direct de la baie de Fundy, et il continuera d'en faire la promotion. Nous avons aussi d'autres excellents partenaires. La Commission canadienne du tourisme s'est jointe à nous et nous aide beaucoup avec les médias sociaux. J'ai eu le privilège de côtoyer le ministre Moore dans une mission en Chine l'an dernier, dans le cadre de laquelle il parlait des sept nouvelles merveilles.

De plus, pour ceux d'entre vous qui prennent l'avion fréquemment, Air Canada présente une vidéo sur ses vols. Via Rail est également l'un de nos partenaires. Le *Globe and Mail* collabore également avec nous pour diffuser le message. On ne peut y arriver seul. L'été dernier déjà, à la suite à nos efforts, certains organisateurs le long de la baie de Fundy ont connu une augmentation de leur clientèle, même si le beau temps n'était pas toujours au rendez-vous.

Il ne reste donc plus beaucoup de temps et nous avons besoin de votre aide.

• (0905)

Mme Stacey Jones-Oxner (conseillère en marketing, Gouvernement de la Nouvelle-Écosse): Nous avons besoin de votre aide et nous vous remercions de l'occasion de nous adresser au comité permanent ce matin. Nous avons connu de merveilleux succès avec nos partenaires, comme Helen Jean l'a mentionné. Nous obtenons aussi de l'aide de certaines vedettes. Si vous avez visité la baie de Fundy, vous savez qu'il est impossible de partir sans avoir un peu de boue sur soi. Sur cette photo, Jann Arden en témoigne dans le cadre d'une vidéo de célébrités que nous diffuserons la semaine prochaine.

Nous avons reçu un grand appui de Jann Arden et Measha Brueggergosman. Il y a un très beau moment où Measha est debout sur une barre sableuse au milieu de la baie de Fundy, et si vous avez déjà entendu sa voix, vous pouvez imaginer sa puissance évocatrice. Elle prête sa voix, tout comme Joel Plaskett et tout comme l'équipe de présentateurs de *Canada AM*. Ils sont tous prêts à se salir un peu pour la cause, parce que ce sont des champions passionnés de la baie de Fundy et ils veulent que nous gagnions. Ils nous offrent un appui incroyable. Vous verrez cela la semaine prochaine.

Rick Mercer a aussi vécu quelques expériences dans la baie de Fundy avec le premier ministre du Nouveau-Brunswick, M. Alward. Il a fait une excursion en canot-jet à partir de Saint John, une autre activité possible dans la baie de Fundy grâce à ses marées. Vous pourrez voir cela lorsque nous le diffuserons mardi prochain. Ne le ratez surtout pas. Il ne se moque pas des politiciens, pour une fois, mais s'amuse avec l'un d'eux dans la baie de Fundy.

Mme Helen Jean Newman: Nous l'espérons.

Mme Stacey Jones-Oxner: Oui, nous l'espérons. Je suis certaine qu'il y aura aussi un peu de cela.

Ce qu'il est important pour nous tous de comprendre, c'est qu'il y aura un milliard de votes dans ce concours. Pour que le Canada gagne, nous devons obtenir une part importante de ces votes. Nous avons fait beaucoup d'efforts pour aller chercher des votes, et il ne reste plus que 23 jours. Il est donc plus important que jamais de poursuivre sur cette lancée jusqu'à la ligne d'arrivée.

Un aspect extraordinaire de ce concours, c'est qu'il n'y a pas de limite d'âge. Je ne peux penser à une meilleure occasion pour parler de la démocratie et du vote qu'ici aujourd'hui. Nous avons de jeunes ambassadeurs tant au Nouveau-Brunswick qu'en Nouvelle-Écosse qui mènent la charge et qui stimulent l'enthousiasme des élèves et des étudiants à l'égard de ce concours et qui les encouragent à voter. C'est une belle occasion de sensibiliser nos jeunes à la démocratie, et de leur faire découvrir, bien sûr, la baie de Fundy.

Alors, que pouvez-vous faire pour nous aider? Nous avons sept choses très simples que vous pouvez faire et que vous pouvez demander à vos collègues de faire. Premièrement, visitez votemyfundy.com. Vous pouvez en apprendre un peu plus sur la baie de Fundy et découvrir pourquoi elle mérite de faire partie des sept nouvelles merveilles de la nature.

Et voici une publicité que je me permets de faire sans honte. Je sais que vous avez tous des BlackBerry, et pour seulement 25 ¢, vous pouvez voter pour la baie de Fundy par message-texte au 77077. Ce qui est fantastique à propos du vote par message-texte, c'est que vous pouvez le faire autant de fois que vous le voulez, à l'opposé du vote en ligne qui ne peut être fait qu'une seule fois.

Mme Helen Jean Newman: Nous aimons dire que pour l'équivalent d'un café au Starbucks, vous pouvez voter 10 fois.

Mme Stacey Jones-Oxner: C'est exact.

Vous pouvez suivre la campagne sur Twitter. Si vous êtes un amateur de Twitter, vous pouvez nous suivre à votemyfundy.com.

Voilà une chose simple que nous pouvons tous faire. Au cours des 23 prochains jours, dans chaque courriel que vous envoyez, ajoutez une simple signature à la fin contenant votemyfundy.com et encouragez vos collègues et les membres de votre famille à visiter ce site et à voter pour la baie de Fundy. Prenez 15 minutes de votre journée pour organiser une journée baie de Fundy à votre bureau ou chez vous. Lors de votre pause-café, encouragez votre personnel à aller sur l'ordinateur et à voter pour la baie de Fundy, le représentant du Canada. Vous pouvez vous joindre à la campagne sur Facebook, car la Fondation New7Wonders vient de publier un nouveau mécanisme de vote sur Facebook. C'est encore plus facile à faire et c'est une autre façon de marquer des points.

Enfin, vous avez vu la vidéo aujourd'hui de la baie de Fundy. Il y a d'autres très belles vidéos et très belles expériences que les gens nous ont fait découvrir et qui sont diffusées sur notre site YouTube. Nous vous encourageons à le visiter et à regarder ce qui y est diffusé.

Ce qu'il ne faut surtout pas oublier toutefois, c'est que le temps presse. Il reste 23 jours. L'échéance du vote est le 11 novembre 2011. Nous avons une merveilleuse occasion de faire en sorte que le Canada fasse partie des sept nouvelles merveilles de la nature. Si un pays mérite d'y être, je crois que c'est le Canada. Je serais certainement très contente si la baie de Fundy se retrouvait aussi sur la scène mondiale. Alors, allez à votemyfundy.com.

C'est la fin de notre exposé.

Encore une fois, nous vous remercions de nous avoir donné l'occasion de vous parler de ce concours. Nous espérons obtenir votre appui et vous encourageons à en parler à vos collègues.

• (0910)

Le président: Merci à vous toutes, Helen Jean, Terri et Stacey, d'avoir comparu devant nous pour nous présenter cela.

Nous avons maintenant du temps pour que les membres du comité posent des questions. Nous allons débiter avec M. Gord Brown, pour sept minutes.

M. Gordon Brown (Leeds—Grenville, PCC): Merci beaucoup, monsieur le président.

Et je remercie nos témoins d'être ici aujourd'hui.

Je viens d'une circonscription en Ontario au sud d'Ottawa qui comprend les Mille-Îles, les lacs Rideau et le canal Rideau. J'ai aussi de l'expérience en tourisme, dans les secteurs privé et public, alors je comprends vos efforts aujourd'hui et je veux vous féliciter pour ce que vous faites. Déjà, vous donnez beaucoup de visibilité à la baie de Fundy, et je vous souhaite bonne chance dans cette campagne.

Nous avons beaucoup de questions. Ma région comprend des sites désignés par l'UNESCO, comme la réserve de la biosphère de l'arche de Frontenac et le canal Rideau. Lorsqu'ils ont été désignés, il y a eu beaucoup d'enthousiasme sur la façon dont cela allait faire accroître le tourisme.

Évidemment, ce que vous faites crée de belles possibilités. Quelles seront les retombées de votre participation à ce concours pour votre région, à votre avis? Si vous gagnez, bien sûr, quels seront les retombées pour vos collectivités?

Mme Terri McCulloch: Je vais répondre.

Merci, monsieur Brown pour cette question.

C'est vraiment une excellente occasion pour faire connaître la baie de Fundy sur la scène mondiale. Comme nous le savons tous, même si nous ne sommes pas dans le secteur du tourisme, le tourisme est de plus en plus une industrie mondiale. Nous sommes en concurrence avec des sites partout dans le monde, dans de nouvelles régions, et avec des icônes touristiques, alors c'est une belle occasion même de seulement faire partie de la campagne. C'est comme lorsque les jeunes femmes qui ne gagnent pas le concours de Miss Adolescente Canada disent que c'était un honneur simplement d'être candidates. C'est la même chose ici, c'est un honneur de participer à une telle initiative de renommée mondiale.

Bien sûr, nous espérons que cela mènera à une augmentation du tourisme dans la région. Comme Helen Jean l'a mentionné, nous avons vu de très bons résultats dans le domaine du tourisme — même en comparaison avec d'autres régions des Maritimes, ce qui est intéressant — et les gens de l'industrie nous disent que la campagne a des effets très positifs.

Ce que cela permet de faire, c'est d'établir la baie de Fundy comme l'une des plus grandes icônes naturelles du tourisme au Canada. C'est l'objectif depuis le départ, alors notre organisation veut vraiment donner à la baie de Fundy une grande visibilité nationale et

internationale. Les 4,5 millions de dollars de publicités jusqu'à maintenant servent beaucoup à cela. Évidemment, on s'attend à encore plus au cours des 23 derniers jours, au fur et à mesure que nous approchons de la ligne d'arrivée.

Mme Helen Jean Newman: J'ajouterais deux points, étant donné que vous connaissez cette industrie.

Nous avons des organisateurs de voyage qui sont au Royaume-Uni, à Londres, en France, etc. Nous nous sommes battus pour que les Maritimes, la région de l'Atlantique, fassent partie de leur itinéraire canadien comme nous le souhaitons. Pouvoir aller voir ces organisateurs de voyage et présenter cette importante icône comme finaliste des nouvelles merveilles de la nature a représenté une augmentation importante d'activités pour nos organisateurs de voyage qui offrent le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse comme destination. Par exemple, il y a des organisateurs de voyage de l'Allemagne qui parlent d'une augmentation de 30 p. 100 des réservations pour les Maritimes, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse, en particulier, depuis qu'ils offrent les itinéraires de la baie de Fundy.

Une autre réalité qu'il faut mentionner, c'est que nous avons une saison touristique relativement courte, bien que nous ayons la capacité d'une saison beaucoup plus longue. Soyons francs, il reste encore beaucoup de chambres inoccupées dans les hôtels dans la période de juin à octobre. Et si l'on voit vraiment grand — et je suis certain que M. Moore pourrait en témoigner —, il n'y a rien de plus spectaculaire que la baie de Fundy l'hiver, lorsqu'il y a de la glace et tout le reste.

Cela nous donne donc la possibilité de prolonger la saison du tourisme pour la région. Et il ne s'agit pas seulement des Maritimes, il s'agit du Canada. Lorsque l'on visite d'autres pays, on voit qu'ils sont au courant des sept nouvelles merveilles et qu'elles font partie de leur liste d'endroits à visiter.

• (0915)

M. Gordon Brown: Trop souvent, les gens ne connaissent pas l'importance du tourisme en tant que moteur ou stimulant économique. Pourriez-vous alors nous indiquer brièvement combien de personnes environ sont employées dans le secteur du tourisme tant au Nouveau-Brunswick qu'en Nouvelle-Écosse et quelles sont les retombées économiques de cette industrie dans ces régions?

Mme Helen Jean Newman: Je peux commencer avec le Nouveau-Brunswick.

Il y a environ 33 000 personnes qui travaillent dans des postes équivalents temps plein dans la province du Nouveau-Brunswick. Par ailleurs, le tourisme représente environ 3,2 p. 100 du PIB de la province, c'est-à-dire l'un des PIB les plus élevés au Canada en ce qui a trait au tourisme.

J'aimerais également ajouter, à titre de spécialiste de la mise en marché du tourisme, que du point de vue du PIB, le tourisme au Nouveau-Brunswick contribue davantage à l'économie que la pêche, la foresterie et l'agriculture réunies.

En outre, ce secteur génère environ 218 millions de dollars en recettes fiscales réelles pour la province, sur un montant total d'environ 1,3 à 1,5 milliard de dollars par année.

Mme Stacey Jones-Oxner: Et il en va de même pour la Nouvelle-Écosse où le secteur du tourisme génère environ 30 000 emplois directs et 22 000 emplois indirects, et les chiffres pour le PIB sont à peu près semblables. Il s'agit d'une industrie très importante que nous aimerions voir croître, et c'est pour cette raison que cette possibilité nous passionne autant. Nous avons vu comment les autres destinations ont pu augmenter leurs activités. C'est peut-être utopique, mais il s'agit d'une incroyable possibilité.

M. Gordon Brown: Afin de faire partie du circuit que ces voyageurs réceptifs proposent au Canada, il faut véritablement faire des efforts de promotion à l'échelle mondiale. Pourriez-vous nous en dire davantage? Je sais que vous nous en avez glissé un mot lorsque vous avez mentionné ce que vous entendez en provenance d'Allemagne pour ce qui est de cette initiative et que les gens là-bas demandent de faire partie d'un programme d'un voyageur. Pourriez-vous nous dire ce que vous faites pour contribuer à en faire la promotion?

Mme Helen Jean Newman: Nous déployons nos efforts de diverses façons. Il y a l'association touristique de la région de l'Atlantique qui regroupe le Nouveau-Brunswick, la Nouvelle-Écosse, l'île du Prince-Édouard et Terre-Neuve-et-Labrador, ainsi que l'APECA. Nous travaillons de façon très dynamique sur le marché européen en particulier. Nous organisons toute une gamme d'activités depuis des visites de familiarisation pour les voyageurs jusqu'à la formation des agents de voyage. Nous organisons des séminaires et des ateliers pour ces personnes aux guichets des voyageurs.

Par ailleurs, nous avons également recours aux médias. La valeur des médias est incommensurable. Si vous êtes un golfeur passionné, un excellent article sur un terrain de golf vous touchera probablement beaucoup plus que de la publicité. Ainsi, l'an dernier par exemple, nous avons accueilli environ 125 représentants des médias au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse. Bon nombre de ces représentants provenaient du Royaume-Uni, et il y avait également un groupe en provenance d'Allemagne.

Ce que nous essayons de faire, en l'absence d'importants budgets de mise en marché, c'est de créer un engouement pour cette région et la baie de Fundy en travaillant avec les journalistes de voyage et les voyageurs qui, comme on a pu le constater, vendent bien le Canada à l'étranger.

Nous établissons également des partenariats avec ces voyageurs. Si on prend, par exemple, une entreprise comme Audley Travel du Royaume-Uni, qui est une entreprise haut de gamme et à un volume élevé, et bien nous avons établi un partenariat avec ce voyageur pour diffuser de l'information à leurs clients. Ainsi, nous pouvons faire de la promotion et de la mise en marché avec cette entreprise, et il en va de même avec Canusa, qui est un des plus importants voyageurs en Allemagne.

Nous sommes très stratégiques. Nous n'utilisons pas l'artillerie lourde; mais plutôt un laser qui nous permet de cibler les voyageurs qui sont les plus susceptibles d'atteindre le bon type de clients, parce que c'est très important d'agir ainsi. Nous voulons que ce soit le bon type de voyageurs qui viennent à la baie de Fundy. Nous voulons que ce soit des gens qui apprécient ce qui rend la région de la baie de Fundy un endroit spécial où il fait bon vivre et visiter. Autrement dit: nous ne sommes pas Las Vegas, et nous ne prétendons pas l'être, et nous ne voulons jamais l'être. Nous voulons demeurer spécial et unique.

• (0920)

Le président: Merci monsieur Brown.

Monsieur Benskin.

M. Tyrone Benskin (Jeanne-Le Ber, NPD): Bienvenue à vous, et merci pour votre exposé. Vous remarquerez qu'en cette pièce, nous sommes généralement tous impressionnés par la baie de Fundy, et nous sommes impatients de travailler avec nos collègues, tout comme ils le seront sans doute de travailler avec nous à des projets futurs.

Quelle est, selon vous, la durée de vie de cette initiative, que cela fonctionne ou non, en ce qui a trait au tourisme et à la baie de Fundy?

Mme Terri McCulloch: Mes collègues m'ont tous chuchoté à l'oreille « illimitée ».

En fait, une fois que l'on s'avance dans cette direction à l'échelle mondiale et que l'on se positionne avec confiance pendant deux ans avec des collègues aussi renommés que ceux avec qui nous avons fait affaires, eh bien, il n'est plus besoin de regarder en arrière. Je pense que nous devons regarder de l'avant vers d'autres possibilités de promouvoir la baie de Fundy et de la mettre en marché afin d'ajouter à notre pays un autre merveilleux endroit à visiter. Voilà ce que je pense.

Mme Helen Jean Newman: Et c'est une revendication que l'on peut faire à tout jamais, et c'est ce que nous avons tous l'intention de faire dans tous nos efforts de mise en marché et de promotion, au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse, c'est-à-dire de continuer de promouvoir ce message. C'est à tout jamais.

M. Tyrone Benskin: Très bien.

Vous avez mentionné certaines des activités et des initiatives à l'échelle internationale. Qu'en est-il du Canada et de la publicité visant à informer les Canadiens d'un bout à l'autre du pays? C'est ici que vous avez besoin d'un grand nombre de votes, non? Lorsque j'examine cette liste, qui est très impressionnante, je suppose que tous les ressortissants de ces divers pays vont voter pour leur partie du monde. J'ai eu la chance de passer du temps en Afrique du Sud et de me rendre au sommet de la montagne de la Table et cet endroit est en effet très impressionnant. Par conséquent, vous êtes en très bonne compagnie et cela en soi est une source de fierté pour les Canadiens.

Mais qu'avez-vous fait d'un bout à l'autre du Canada pour inciter les Canadiens en général à voter?

Mme Terri McCulloch: Par rapport à vos observations relativement aux différentes populations dans les pays finalistes, je puis vous dire que la fondation New7Wonders exige, en toute sagesse, que les gens qui votent en ligne votent pour sept sites. Il est interdit de voter sept fois pour la baie de Fundy ou sept fois pour la montagne de la Table. Il faut choisir vos sept endroits préférés. C'est une façon d'égaliser les votes entre les différentes populations.

Helen Jean a mentionné quelques-unes des initiatives nationales. Cela pose certainement un défi au Canada, en raison de la taille du pays. Cela a été tout un défi de transmettre au reste de la population un message qui, à la surface, semble être régional. Nous avons accéléré le rythme au cours des 18 derniers mois avec des partenaires internationaux dont je vous parlerai sous peu.

Le partenariat avec Air Canada est un élément clé. Si vous avez volé avec Air Canada au cours des derniers jours, soit au pays ou bien à l'étranger, vous aurez vu la vidéo de deux minutes qui vient de vous être présentée.

Nous avons distribué de l'information à l'aide de VIA Rail d'un bout à l'autre du pays en faisant appel à nos partenaires dévoués de VIA Rail — il s'agit d'un partenariat naturel pour nous dans le secteur de l'industrie du voyage — tant aux points de vente de VIA Rail que dans les trains.

Nous avons publié des pages complètes de publicité dans le *Globe and Mail*. Et nous avons fait la première page du *National Post* il y a quelques semaines ainsi que l'objet d'un éditorial.

Nous avons lancé certaines initiatives très intéressantes. Il y a quelques semaines, nous avons lancé un défi universitaire. Sept universités canadiennes d'un bout à l'autre du pays ont préparé des sept géants. Certains étaient constitués de personnes — dans une des universités, en fait, elles étaient couvertes de la boue de la baie de Fundy. Certains ont été faits par des étudiants en ingénierie. C'était une des nombreuses façons de faire connaître le défi au Canada. Cela nous a permis d'avoir beaucoup de couverture médiatique.

Nous travaillons également avec Parcs Canada à l'échelle régionale et nationale. Et nous accordons également des entrevues dans tous les circuits médiatiques.

Ai-je oublié quelque chose mesdames?

Mme Stacey Jones-Oxner: Nous avons établi un partenariat média avec *Canada AM*, en particulier, qui se poursuivra au cours des prochaines semaines. Nous sommes en train de mettre sur pied le dernier blitz médiatique.

Cela a été tout un défi, parce que la campagne a été longue. S'assurer d'utiliser l'argent dont nous disposons à notre meilleur avantage au fur et à mesure que nous nous approchons de la date limite...

Mme Terri McCulloch: Oui, il s'agit de la campagne la plus longue du monde.

Mme Helen Jean Newman: Il ne faut pas non plus oublier le rôle des médias sociaux. Nous sommes très actifs. La Commission canadienne du tourisme nous a énormément aidés pour notre campagne dans les médias sociaux. Nous travaillons avec des experts en médias sociaux, et notre message est diffusé partout. La campagne a été virale. Voilà le genre de choses que nous faisons. Par exemple, nous avons planifié le moment où les deux premiers ministres provinciaux distribueront des courriels à tous les fonctionnaires des provinces du Nouveau-Brunswick et de la Nouvelle-Écosse leur demandant de voter et d'aviser leurs amis et leurs familles.

Plus tard aujourd'hui, nous espérons capter l'attention des médias et des députés lorsque le ministre Moore recevra la bouteille que nous avons ici. Elle contient des messages de la part d'enfants d'école dans la région de la baie de Fundy qui sollicitent son aide et son appui.

Air Canada et VIA Rail distribuent également des courriels aux listes d'envoi de leurs bases de données pour dire aux gens que ce concours existe et les inciter à voter.

Nous ne nions pas que nous avons besoin davantage d'aide. Il est toujours intéressant d'avoir des budgets. Nous avons réellement maximisé l'argent que nous avons, faisant tout ce qu'il est possible de faire stratégiquement avec les fonds que nous avons. Et il incombe maintenant aux gens comme vous de diffuser la nouvelle au moyen de vos propres réseaux de communication, qu'il s'agisse d'un bulletin d'information envoyé à vos commettants, d'une base de données de courriels ou bien à des amis qui sont propriétaires d'entreprise. Tout ce que vous pouvez faire sera utile.

Il existe une petite trousse intéressante à l'adresse votemyfundy.com qui vous donne des idées pour vous faciliter la vie.

● (0925)

M. Tyrone Benskin: Merci.

Je cède le reste de mon temps à mon collègue.

[Français]

M. Pierre Nantel (Longueuil—Pierre-Boucher, NPD): Pourriez-vous nous donner plus de détails sur la très cocasse histoire de la boue de la baie de Fundy?

J'ai l'impression qu'on pourrait optimiser le rayonnement vers la communauté francophone. Je ne crois pas que la communauté acadienne autour de la baie de Fundy soit très importante, mais tant mieux si je me trompe. N'y aurait-il pas un porte-parole francophone qui pourrait exploiter l'important réseau de télévision francophone que l'on peut voir au Québec, mais qui couvre tout le Canada francophone? On pourrait imaginer un grand combat de lutte dans la boue dans une émission de télévision.

[Traduction]

Mme Helen Jean Newman: En fait, nous avons également travaillé avec des célébrités, dont une au Québec. Il s'agit d'un jeune homme qui est un excellent artiste. Il s'appelle Jean-François Breau et il agit en tant que notre porte-parole. Il travaille à mieux faire connaître la baie de Fundy. On lui demande souvent d'animer des émissions de télévision ou bien d'être l'invité d'émissions comme *Salut bonjour* notamment. Ainsi, nous n'oublions certainement pas le marché du Québec, ni celui de la France.

En ce qui concerne l'histoire, le premier peuplement permanent en Amérique du Nord a été établi en 1604 par Samuel de Champlain et le Sieur de Monts sur l'île Dochet. L'hiver a été extrêmement froid, et par la suite ils se sont installés à Port Royal, qui est devenu le premier peuplement permanent. La rivière Saint-Jean a été nommée par Champlain, je crois, et les Acadiens ont connu une histoire très dynamique des deux côtés de la baie. Grand Pré est un site historique national.

Ainsi, cette initiative a un lien important avec les communautés francophones et acadiennes et cela a suscité énormément d'intérêt. En fait, nous allons réaliser certaines activités en France entre le 4 et le 10 novembre. Nous serons à Londres et par la suite nous irons en France encore une fois pour faire la promotion de ce lien. Les francophones estiment que la baie de Fundy fait partie de leur héritage parce que, lorsque les navires sont arrivés, ils sont partis de Deauville qui n'est pas très loin de Paris et ils ont navigué jusqu'à la baie de Fundy lors de ce voyage historique.

M. Pierre Nantel: Alors, pensez-vous que Jean-François...

Le président: Le temps pour ce tour est écoulé, mais vous pourrez poser cette question au prochain tour.

Merci monsieur Benskin et monsieur Nantel.

Monsieur Cuzner.

M. Rodger Cuzner (Cape Breton—Canso, Lib.): Merci beaucoup.

Merci d'être là et merci au comité de m'avoir permis de siéger à cette séance.

Merci d'avoir renseigné mon collègue, M. Brown, qui pense que Chaka Khan est véritablement l'une des sept merveilles du monde. Merci pour cet éclaircissement.

J'ai également eu l'occasion de me rendre à la montagne de la Table l'an dernier lorsque j'ai participé à la conférence de l'APC. J'ai pris l'ascenseur avec Joe Preston, l'un de nos collègues. C'est un raconteur talentueux et j'incite mes collègues conservateurs à demander à Joe de leur raconter le récit de sa visite à la montagne de la Table.

Vous avez signalé que ce processus a porté fruit, peu importe le résultat de l'initiative. Bien sûr, nous aimerions voir un résultat positif, mais peu importe le résultat, cela a été positif parce que je pense que dans l'Est nous sommes connus pour essayer de faire venir le plus grand nombre de touristes possible. Nous nous battons pour nous accaparer les touristes plutôt que d'essayer de faire croître ce marché. Et cette initiative semble être une occasion positive pour accroître le marché.

Vous avez mentionné en passant que vous avez déjà constaté des changements dans les chiffres. Ce n'est pas ce que nous avons constaté. La dernière année a été décevante au Cap-Breton. Habituellement, à la forteresse de Louisbourg, nous voyons défiler entre 160 000 et 180 000 visiteurs par année. Par contre, cette année nous serons chanceux si nous pouvons atteindre les 90 000 visiteurs.

Quel serait le profil? Est-il trop tôt pour nous présenter un aperçu du profil des touristes et des chiffres sur le nombre accru de visiteurs? D'où viennent-ils, quel type de touristes avez-vous pu attirer avec l'intérêt qui a été généré par la campagne, et que font-ils lorsqu'ils visitent les lieux? Où vont-ils et à quelles activités s'adonnent-ils?

• (0930)

Mme Stacey Jones-Oxner: Nous attendons les résultats finaux de nos enquêtes à la sortie. Nous n'aurons pas un bon aperçu avant la fin de la saison.

En général, le nombre de visiteurs a diminué de 3 p. 100 dans l'ensemble de la province. Par contre, pour ce qui est de la région entourant la baie de Fundy en particulier, les représentants du secteur touristique nous disent qu'ils ont eu une excellente année et que les hôtels sont pleins.

Il y a très certainement des différences selon les diverses régions de la province. Mais encore une fois, nous ne connaissons pas la situation réelle tant que la saison ne sera pas terminée.

Mme Helen Jean Newman: Tout comme Stacey, nous attendons également les chiffres finaux. Mais, par exemple, au Roosevelt cottage sur l'île Campobello, les chiffres ont connu une augmentation de 25 p. 100. Les chiffres pour Hopewell Rocks ont augmenté de 7 et de 8 p. 100, même en dépit d'un temps peu clément en juillet, mais les chiffres pour septembre et octobre ont été très élevés.

Je pense que le profil des visiteurs qui se rendent dans cette région et que nous voulons attirer avec cette initiative sont des personnes très instruites. Il s'agit de touristes qui dépensent beaucoup d'argent. Ce n'est pas le genre de personnes qui iront manger au McDonald's; ils voudront plutôt manger les fruits de mer de la baie de Fundy. Ils voudront acheter des produits locaux et de l'artisanat authentique; ils ne voudront pas des produits faits en Chine ni d'autres souvenirs du même acabit. En travaillant ensemble, le Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse ont établi un profil assez détaillé du type de visiteurs que les provinces veulent attirer au moyen de cette initiative.

Je pense qu'il faut également être honnête. Étant donné que la baie de Fundy figure parmi les finalistes pour les sept nouvelles merveilles du monde, nous voulons que cet endroit devienne aussi connu que les montagnes Rocheuses et les chutes du Niagara. C'est

comme si on disait aux gens, « Écoutez, ne nous oubliez pas dans le Canada atlantique », et qu'il s'agit d'une destination valable du simple fait que nous figurons parmi les finalistes des sept nouvelles merveilles du monde. Nous méritons d'être tout aussi connus que les montagnes Rocheuses.

Mme Stacey Jones-Oxner: Ce profil fait en sorte que nous avons la possibilité non seulement d'attirer les gens à la baie de Fundy, mais également en Nouvelle-Écosse, au Nouveau-Brunswick et dans les Maritimes.

Mme Helen Jean Newman: Il ne s'agit pas d'une pilule miracle. Cela va prendre du temps, mais en travaillant ensemble de façon stratégique, nous croyons fermement que nous aurons une incidence positive. Et nous aurons les mécanismes en place pour suivre et mesurer cette incidence.

M. Rodger Cuzner: Je pense qu'une industrie touristique florissante repose sur deux aspects qui doivent être précisés et que l'on doit poursuivre constamment. Il s'agit de la programmation et de la promotion. Lorsque les gens viennent chez moi pour me rendre visite, ils ne viennent pas pour voir les meubles. Ils veulent entamer une relation, ils veulent faire quelque chose, et ils veulent vivre une expérience.

Nous avons attiré un bon nombre de touristes pour voir les couleurs automnales au Cap-Breton, mais nous savons que cette activité a été enrichie grâce à l'organisation du Celtic Colours International Music Festival. Je vous pose donc la question. Songez-vous à établir d'autres possibilités de programmation dans le cadre de cette initiative?

L'autre volet porte sur la promotion. Il faut attraper la piqure. Est-ce que les deux provinces se sont engagées à poursuivre sur cette lancée? Nous avons été cités comme étant l'île la plus intéressante en Amérique du Nord, la plus belle île de l'Amérique du Nord. On a sorti les tambours et trompettes, on a fait des boulettes de viande, organisé une petite réception, publié un communiqué de presse et par la suite, plus rien du tout. Comme je l'ai dit, nos chiffres ont diminué cette année parce que le mois de juillet a été vraiment désastreux. Mais il semble que l'on a manqué d'énergie après avoir reçu la désignation, alors qu'on aurait dû profiter de cette vague à fond. Je pense que nous n'avons pas su saisir l'occasion qui se présentait.

Pourrez-vous nous parler des possibilités de programmation et d'où viendraient les fonds pour soutenir ces activités? Pour ce qui est des possibilités de promotion, quel est votre plan d'avenir?

• (0935)

Mme Helen Jean Newman: Je puis vous dire que pour ce qui est du Nouveau-Brunswick, nous faisons activement la promotion de la baie de Fundy, et ce, depuis bon nombre d'années. Si on examine la promotion, l'on constate quatre piliers majeurs qui différencient le Nouveau-Brunswick d'autres destinations, et nous travaillons en partenariat avec les autres provinces maritimes.

Il est évident que la baie de Fundy constitue un élément distinctif. Un deuxième élément qui nous permet de nous distinguer, c'est l'incroyable expérience acadienne. Notre troisième pilier concerne les plages; le Nouveau-Brunswick compte les plages d'eau salée les plus chaudes au Canada. Et comme quatrième pilier, nous avons notre incroyable réseau fluvial. Alors le tout est...

M. Rodger Cuzner: Ainsi la baie de Fundy c'est l'élément de base et vous allez poursuivre avec...

Mme Helen Jean Newman: Exactement. C'est notre engagement.

Nous travaillons déjà sur de la programmation le long de la baie de Fundy. Nous travaillons actuellement avec l'APECA sur un superbe projet qui sera réalisé à Alma et qui, nous l'espérons, sera également mis en oeuvre dans les autres provinces maritimes. Le projet s'appelle CEP et Alma servira de projet pilote. Il s'agit d'améliorer la collectivité pour accroître l'expérience des visiteurs. Alma n'aurait probablement pas été choisi comme projet pilote s'il n'eut été du concours des sept merveilles.

Nous avons des gens spécialistes des produits sur le terrain. Terri joue également un rôle important en travaillant avec les représentants de notre industrie pour s'assurer qu'ils connaissent la baie de Fundy et qu'ils reçoivent une formation sur cette région. L'un des faits bien connus des entreprises touristiques, c'est que les gens veulent s'adonner à quatre heures d'activités pour chaque heure de conduite en voiture. S'ils passent une heure en voiture et qu'ils ne disposent pas de quatre heures d'activités, ils vont se dire: « Qu'est-ce que je fais ici? Le voyage n'en vaut pas la peine. » C'est une des choses sur lesquelles nous travaillons très fort — et Stacey pourra vous en dire davantage sur la Nouvelle-Écosse.

Nous disposons de deux personnes qui travaillent à temps plein le long de la baie de Fundy avec les divers fournisseurs pour améliorer leur programmation. Bien souvent, ce n'est pas une question de gros sous ni d'installations importantes; c'est plutôt une question de programmation, c'est-à-dire qu'il faut des activités pour que les gens puissent se divertir.

Le président: Merci.

Je n'ai pas été trop strict, mais nous essayons de respecter le temps qui est alloué. S'il y a des choses que vous voulez dire, nous aurons un peu de temps à la fin.

Monsieur Young.

M. Terence Young (Oakville, PCC): Merci monsieur le président.

Merci aux témoins d'être venus aujourd'hui et merci pour votre excellent exposé. Félicitations d'avoir pu figurer parmi les 28 finalistes. Tout le monde ici vous souhaite la meilleure des chances.

Entendant vos observations il y a une minute, je me suis rendu compte que je n'organisais pas bien mes voyages en voiture. Je passe trop de temps à conduire et pas suffisamment à faire des activités.

Terri et Stacey, pourriez-vous prendre chacune une minute et nous dire quelles activités régionales uniques les visiteurs et les voyageurs peuvent faire lorsqu'ils se rendent chez vous?

Mme Terri McCulloch: Je n'ai qu'une minute? Oh, là là.

Je vais donc vous mentionner mes activités préférées. D'abord, pour moi, il s'agit de me rendre à pied jusqu'au plancher océanique. Ce n'est pas tous les jours que l'on peut se rendre à 53 pieds au-dessous du niveau de la mer. Et pas besoin de matériel de plongée. La marée baisse — et où j'habite, elle se retire sur environ 5 kilomètres — et expose complètement le plancher océanique et toute la vie qu'il recèle. C'est une activité qui est gratuite et à laquelle les enfants peuvent s'adonner. C'est une des choses les plus extraordinaires que vous pouvez montrer à vos enfants en bas âge, c'est-à-dire de contempler la nature dans son ensemble. C'est vraiment une possibilité très rare.

Ma deuxième activité favorite serait de m'adonner au kayak de mer lorsque la mer est haute au-dessus de l'endroit même où j'ai marché sur le plancher océanique.

Voilà mes deux activités préférées.

Mme Stacey Jones-Oxner: Nous avons amené Measha Brueggergosman et notre premier ministre faire une descente en eaux vives sur le mascaret tout près de Truro en Nouvelle-Écosse. Si vous ne l'avez jamais fait auparavant, je puis vous dire qu'il s'agit d'une descente les plus stimulantes de votre vie et très certainement l'une des plus amusantes que vous ferez. La marée monte et se mêle avec le courant de manière à créer une vague pyramidale sur laquelle vous naviguez sur un radeau. C'est une aventure exaltante.

Nous parlons des produits que nous avons. En Nouvelle-Écosse, nous avons de merveilleux produits. Cette campagne vise à en faire la promotion. Ce n'est qu'un exemple.

Je suis allée à Hopewell Rocks. Habituellement, je me rends du côté de la Nouvelle-Écosse parce que cela fait partie de mon travail, mais je suis allée à Hopewell Rocks pour admirer l'endroit. J'en ai été estomaquée. C'est vraiment emballant de voir ces formations rocheuses qui ont été créées il y a des centaines d'années et d'admirer cette belle arche appelée Lover's Arch.

● (0940)

M. Terence Young: C'est très persuasif. Merci.

Vous avez mentionné les sites désignés par l'UNESCO. Pourriez-vous expliquer au comité de quoi il s'agit et en quoi consiste un géoparc?

Mme Terri McCulloch: Je puis vous présenter un aperçu des sites de l'UNESCO.

Deux réserves de biosphère ont été créées sur la baie de Fundy. L'une se situe à Southwest Nova sur la pointe sud de la baie de Fundy du côté de la Nouvelle-Écosse. Il existe également une réserve de biosphère de l'UNESCO dans le haut de la baie de Fundy du côté du Nouveau-Brunswick; elle s'étend de la frontière du Nouveau-Brunswick et la Nouvelle-Écosse jusqu'à St. Martins, à l'extérieur de Saint John.

Il existe également les falaises fossilifères de Joggins, qui ont également été déclarées site du patrimoine mondial de l'UNESCO. Et le lieu historique national de Grand-Pré entame les dernières étapes — cela se produira dans un mois je pense — de sa déclaration en tant que site du patrimoine mondial.

Helen Jean, je vais vous laissez décrire le géoparc.

Mme Helen Jean Newman: Un géoparc est une aire désignée. À l'heure actuelle, il n'en existe qu'un seul en Amérique du Nord, celui du Nouveau-Brunswick. Il y en a 160 dans le monde.

Ce sont des régions du monde qui ont une histoire géologique unique et fascinante mais qui présentent aussi des occasions de développement économique au chapitre du tourisme centré sur l'histoire géologique.

Le premier parc de ce genre, le géoparc Stonehammer, a été créé, comme je l'ai indiqué, à la conférence qui s'est tenue en Grèce le printemps dernier. C'est la première aire à correspondre à tous les critères. Pour obtenir cette désignation, il faut se soumettre à un processus très rigoureux. Ce n'est pas une désignation accordée par l'UNESCO, mais elle est reconnue par l'UNESCO. Le géoparc Stonehammer se trouve près de Saint-John; il va des chutes Lepreau jusqu'à St. Martins.

La partie de la baie de Fundy la plus éloignée de la côte est la partie marine où se trouvent les baleines, les oiseaux, etc. Plus près de la côte, on trouve les formations géologiques inhabituelles et les falaises. Au bout de la baie, il y a les marées; là, vous pouvez faire du radeau pneumatique sur le mascaret et marcher sur le fond océanique.

M. Terence Young: Il y a 12 espèces de baleine dans la baie de Fundy, n'est-ce pas?

Mme Helen Jean Newman: Oui.

M. Terence Young: Vous avez indiqué que l'une de ces espèces est rare et qu'il n'y en a plus que 350 dans le monde. Pourriez-vous me dire ce que cette baleine a de particulier et en quoi le tourisme d'observation des baleines est important?

Mme Helen Jean Newman: Le tourisme d'observation des baleines est très important dans cette région, mais je tiens à souligner qu'il se fait dans le plus grand respect. Tous les observateurs de baleines de la baie de Fundy doivent respecter un code d'éthique. Il se fait beaucoup de recherche sur les baleines. D'ailleurs, les entreprises d'observation de baleines et les chercheurs de la région ont contribué à faire modifier les voies de navigation de la baie de Fundy afin d'assurer une meilleure protection des baleines après avoir constaté que de nombreuses baleines mouraient après avoir été blessées par des bateaux.

Il en a résulté une augmentation du nombre de baleines noires. La baleine noire est une espèce rare; elle était si recherchée qu'elle avait presque disparu. Comme elle remonte à la surface très rapidement, on s'est mis à la chasser de préférence aux autres.

On trouve aussi dans la baie de Fundy le rorqual à bosse, l'une des baleines les plus grosses. On l'appelle aussi le clown de mer, car c'est un mammifère qui adore jouer. Voir les rorquals à bosse pendant la saison de reproduction, c'est spectaculaire.

Ne me demandez toutefois pas de vous nommer les autres espèces. Je sais qu'il y a aussi le petit rorqual, le rorqual à bosse...

M. Terence Young: Pourriez-vous nommer toutes les espèces?

Des voix: Oh, oh!

M. Terence Young: Si la baie de Fundy devient l'une des sept nouvelles merveilles du monde naturel, l'éventuelle augmentation du tourisme aura-t-elle une incidence sur l'infrastructure locale? L'infrastructure existante serait-elle suffisante? Croyez-vous qu'elle suffira si le nombre de touristes augmente ou comptez-vous l'améliorer?

Mme Helen Jean Newman: Il y a deux réponses à votre question.

L'infrastructure touristique du Nouveau-Brunswick est plus que suffisante. Nous avons des chambres d'hôtel et d'autres installations dont la capacité est suffisante. Nous investissons aussi dans l'infrastructure en partenariat avec l'APECA et certains de nos partenaires fédéraux du géoparc de la région de Saint John. Nous travaillons à terminer le sentier Fundy, une promenade phénoménale le long de la baie de Fundy que l'on peut parcourir en voiture, en vélo ou à pied. Et en juillet dernier, un important aquarium a ouvert ses portes à Saint Andrews, l'Aquarium-découverte Fundy.

Nous savons que l'obtention de cette désignation aura des répercussions et que nous devons nous assurer, tout en tenant compte du contexte budgétaire, d'offrir à tous ceux qui viendront la meilleure expérience possible.

• (0945)

M. Terence Young: L'augmentation du tourisme aura-t-elle une incidence sur l'environnement?

Mme Helen Jean Newman: Nous estimons que tout impact environnemental pourra être géré du fait que ceux qui s'intéressent aux merveilles du monde naturel comprennent l'importance de la protection de l'environnement. Nous allons nous assurer de mettre en place la réglementation qu'il faut, ce que nous avons déjà commencé à faire.

Permettez-moi de vous donner un autre exemple du Nouveau-Brunswick. Les dunes de Bouctouche sont magnifiques, et comme le nombre de visiteurs augmentait, les autorités ont décidé de limiter l'accès afin de protéger le pluvier siffleur. Selon le programme mis en place, seul un nombre donné de gens ont accès aux dunes chaque jour. Les visiteurs n'en ont pas été offusqués; ils ont compris que cette zone est très délicate.

Nous avons déjà pris des mesures et nous en prendrons d'autres.

M. Terence Young: Les marées déplacent deux fois par jour 100 milliards de tonnes d'eau. Quel est le potentiel hydroélectrique?

Mme Stacey Jones-Oxner: C'est une occasion enthousiasmante que la Nouvelle-Écosse veut saisir avec enthousiasme. Nous faisons beaucoup de recherche pour nous assurer de harnacher les marées de la façon la plus respectueuse possible. C'est là une belle occasion pour la province.

M. Terence Young: Merci, encore une fois.

Le président: Merci, monsieur Young.

Vous avez très bien répondu aux questions: vous avez nommé plusieurs espèces de baleines et avez su répondre aux questions sur différents sujets.

Je cède maintenant la parole à M. Rousseau. Nous commençons les interventions de cinq minutes.

M. Jean Rousseau (Compton—Stanstead, NPD): Merci beaucoup pour votre exposé.

Le 11 novembre approche à grands pas, c'est dans trois semaines à peine. Quelle sorte de publicité avez-vous prévu pour le sprint final? Moi aussi, je m'intéresse au tourisme; que pouvons-nous faire pour vous aider?

Avez-vous pensé à des coups de publicité pour ramasser de l'argent? Mon collègue a suggéré qu'on demande à des célébrités de participer à des combats dans la boue.

Est-ce que des chefs politiques se rendront sur place?

Il faut agir vite, il ne reste que trois semaines.

Mme Stacey Jones-Oxner: L'occasion est belle et c'est en plein le moment d'agir. La semaine prochaine, nous allons rendre publique la vidéo mettant en vedette des célébrités, et ce sera une campagne virale. Nous allons demander à tous de diffuser la vidéo, qui sera très drôle, sur les médias sociaux.

La campagne de marketing et de relations publiques se poursuit. Dans le cadre d'un partenariat avec CTV, nous commanditons du sous-titrage, nous avons acheté de la publicité en ligne liée à celle des destinations concurrentes de sorte que, si vous faites une recherche sur le Grand Canyon ou que vous voulez voter pour cette destination, vous verrez des publicités sur la baie de Fundy. Nous faisons de la promotion avec Via Rail et avec Air Canada...

Mme Helen Jean Newman: Nous avons un calendrier de lancement successif et, comme vient de l'indiquer Stacey, nous nous concentrons surtout sur Internet. Y aurait-il de grandes publicités dans le *Globe and Mail*, la *Gazette de Montréal*, le *Calgary Herald* ou le *Vancouver Sun*? Non. Cela aurait été bien, mais le contexte budgétaire est tel que nous avons dû faire un emploi stratégique d'autres méthodes.

Chaque semaine, nous avons prévu quelque chose au chapitre des médias et des relations publiques, mais pas de grands coups, sauf pour la vidéo mettant en vedette des célébrités, dont nous sommes convaincus qu'elle fera beaucoup d'effet.

Mme Stacey Jones-Oxner: La CCT a organisé pour nous un concours sur le marché américain; tous ceux qui votent pour la baie de Fundy courent la chance de gagner un voyage toutes dépenses payées à la baie de Fundy. Nous avons lancé un concours semblable avec CTV, et je crois que nous avons déjà reçu 9 000 participations, n'est-ce pas?

Mme Helen Jean Newman: Nous en avons reçu 44 000.

Mme Stacey Jones-Oxner: Je me corrige, c'est 44 000, un nombre considérable. Je crois qu'il y a eu 8 000 participations individuelles. Les choses bougent.

Nous serions ravis d'organiser une bagarre dans la boue sur la Colline du parlement. J'ai de la boue de la baie de Fundy que je peux apporter.

• (0950)

M. Jean Rousseau: Je serais très heureux d'y participer.

Vous devriez peut-être aussi mettre l'accent sur les vagues, puisqu'il y a eu une vague orange ici il y a quelques mois.

Quel est le pourcentage de vote qu'il vous faudrait pour gagner une place?

Mme Stacey Jones-Oxner: C'est difficile à dire, car nous ignorons où nous nous classons pour l'instant.

Nous savons toutefois, selon les dernières informations, que la tendance est à la hausse pour la baie de Fundy, mais c'est tout ce que nous savons. Voilà pourquoi il est si important d'obtenir le plus de votes possible.

M. Jean Rousseau: Merci beaucoup.

Le président: Merci, monsieur Rousseau.

Monsieur Gill, vous avez la parole.

M. Parm Gill (Brampton—Springdale, PCC): Merci, monsieur le président.

Je veux d'abord remercier les témoins d'avoir pris le temps de nous donner ces renseignements si importants. Tous les Canadiens peuvent être très fiers. Vous faites un travail formidable dans la promotion du Canada sur la scène mondiale.

J'ai bien aimé votre exposé.

J'ai une ou deux questions pour vous. Vous avez parlé de la promotion que vous faites dans les grands médias et avec quelques grandes sociétés. Avez-vous pensé aux médias à vocation ethnique? Les politiciens, surtout ceux des grandes villes que sont Toronto, Montréal et Vancouver, vous souligneront l'importance des médias ethniques.

Je dois vous avouer que depuis que je suis à Ottawa et que je siège à ce comité, c'est la première fois que j'entends parler de cette initiative. Que pensez-vous de ma suggestion?

Mme Stacey Jones-Oxner: C'est une bonne question. Nous avons commencé par faire campagne dans notre propre région avant d'aller ailleurs au pays. Nous nous sommes ensuite concentrés sur les médias nationaux afin de faire connaître notre initiative au plus grand nombre de Canadiens possible.

Je sais que, du point de vue du marketing et des communications, pour joindre un auditoire comme celui de Toronto, les médias à vocation ethnique sont très importants. Nous devrions certainement envisager de passer par ce canal pour transmettre notre message dans les 23 jours qui restent. Je vous remercie de votre suggestion.

Mme Helen Jean Newman: Je crois qu'il serait difficile d'en faire plus, car les médias ethniques reçoivent déjà toute l'information pertinente.

Mme Stacey Jones-Oxner: En effet.

Mme Helen Jean Newman: Je crois que le défi, dans ce cas, est de convaincre ces médias de la pertinence des informations que nous leur transmettons pour qu'ils en fassent la promotion. Mais nous faisons un blitz dans tous les médias du pays.

Cet été, nous avons accueilli des journalistes dans la province. Je ne me souviens plus de quelle entreprise médiatique il s'agissait, mais c'était une entreprise médiatique ethnique de Toronto.

M. Parm Gill: S'agissant des médias ethniques, j'estime que ce qui compte, c'est moins la somme d'argent qu'on y consacre que les relations personnelles qu'on établit. Nous, les parlementaires ou les politiciens, pouvons certainement vous aider à ce chapitre dans nos régions respectives, si vous souhaitez que nous en parlions aux autres députés. Nous pourrions les encourager à faire la promotion de votre initiative dans leur circonscription et par l'entremise des médias ethniques.

Nous avons tous été élus pour une raison. Je suis sûr que tous les médias, y compris les médias ethniques, apprécient l'intérêt des politiciens. L'impact pourrait être énorme.

Il va sans dire que nous pouvons faire cela, et que moi, je suis prêt à relever ce défi. Si vous voulez communiquer votre message ailleurs dans le monde ou par l'entremise d'autres élus provinciaux, municipaux ou fédéraux, nous pourrions vous aider.

Ce sont là les recommandations que je voulais formuler.

J'ai d'autres questions à vous poser. Pourriez-vous nous en dire plus sur votre relation avec le gouvernement fédéral et sur ce qu'il fait pour vous aider? Votre partenariat avec le ministre Moore semble plutôt bon, puisque vous avez évoqué son nom à deux ou trois reprises pendant votre allocution d'ouverture. Pourriez-vous nous donner des détails?

Mme Stacey Jones-Oxner: Nous entretenons d'excellentes relations avec l'APECA. Tourisme atlantique participe à la campagne depuis le tout début. Le gouvernement fédéral a été bon partenaire. C'est un partenariat unique en son genre et formidable; tous travaillent de concert vers l'atteinte d'un but commun.

Tous les députés, de tous les partis, se sont dit prêts à promouvoir la cause, surtout pendant les 23 derniers jours qu'il nous reste. Nous allons maintenant mettre tout le monde à contribution, pas seulement les députés de la région atlantique, mais les députés de tout le pays. La baie de Fundy représente le Canada et il nous faut le soutien de tous pour réussir.

• (0955)

Mme Helen Jean Newman: La Commission canadienne du tourisme...

Mme Stacey Jones-Oxner: Absolument.

Mme Helen Jean Newman: ... est un important partenaire pour nous. Elle mène des campagnes dans les médias sociaux et souligne notre initiative à tous les événements auxquels elle participe un peu partout dans le monde.

M. Parm Gill: Quelles sont les entreprises de la région de la baie de Fundy qui profiteraient le plus d'une victoire? Pouvez-vous en nommer quelques-unes?

Mme Stacey Jones-Oxner: Il y en a beaucoup.

Mme Terri McCulloch: Je crois qu'il y a plus de 1 200 entreprises liées au tourisme dans la région de la baie de Fundy, dans les deux provinces. C'est un secteur crucial pour nous.

Mme Helen Jean Newman: C'est un gros secteur.

Mme Terri McCulloch: Oui.

Les sites naturels en profiteront, manifestement. Tous les sites qui ont déjà reçu des accolades sur la scène internationale profiteront d'un regain d'intérêt, je crois, tels que Hopewell Rocks, les falaises fossilifères de Joggins, le Fundy Geological Museum et le nouvel aquarium à St. Andrews.

L'observation des baleines connaît aussi une forte croissance dans notre région, surtout que les conditions ont été bonnes plusieurs années de suite et que l'expérience des visiteurs n'en a été que meilleure. Comme l'a dit Helen Jean, j'ai entre autres pour tâche de surveiller le secteur de l'observation des baleines, qui, dans notre région, est surveillé de très près. Le contrôle auquel nous sommes assujettis est probablement l'un des plus stricts au pays.

L'observation des baleines connaît aussi une forte croissance dans notre région, surtout que les conditions ont été bonnes plusieurs années de suite et que l'expérience des visiteurs n'en a été que meilleure. Comme l'a dit Helen Jean, j'ai entre autres pour tâche de surveiller le secteur de l'observation des baleines, qui, dans notre région, est surveillé de très près. Le contrôle auquel nous sommes assujettis est probablement l'un des plus stricts au pays.

Voilà le genre d'entreprise qui serait gagnante, celle qui offre une expérience en nature — et bien sûr le secteur hôtelier, de la restauration, et tout ce qui l'entoure.

Le président: Merci des questions et merci des réponses.

Madame Boutin-Sweet.

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet (Hochelaga, NPD): Je vais poser mes questions en français. J'ai trois questions et deux commentaires, donc je tâcherai de parler rapidement.

Premièrement, je suis allée à quelques reprises dans la baie de Fundy et j'ai beaucoup aimé ça. J'y ai fait du camping. N'oubliez pas de faire la promotion du village de Saint Andrews. J'ai trouvé ce village très joli, en particulier sa belle petite église.

Deuxièmement, j'ai voté deux fois, et je l'ai déjà mentionné au comité. La première fois que je suis allée voter grâce à une de mes adresses, pour une raison ou pour une autre, je suis revenue en arrière et j'ai constaté que mes choix étaient différents; mes choix avaient été changés. Alors, je me suis fait avoir cette fois-là, mon vote ne correspondait pas à la baie de Fundy. Je suis donc allée voter une deuxième fois. Je ne sais pas pourquoi ça s'est produit, mais vous pourriez étudier ça, au cas où il y aurait un problème quelque part.

Quant à mes questions, M. Young m'a un peu devancée. L'une d'elles porte sur la protection de l'environnement, y inclus l'environnement humain. Je viens du milieu archéologique. Vous avez mentionné l'île Sainte-Croix — vous l'avez nommée autrement — où Samuel de Champlain et Pierre de Gua de Monts sont allés. Je sais que personne ne peut y aller, toutefois est-il prévu que des gens pourront visiter l'île? Si oui, est-il prévu qu'on protège les sites archéologiques? Fera-t-on la promotion de certains sites archéologiques, qu'il faudra d'ailleurs protéger?

[Traduction]

Mme Helen Jean Newman: Je sais que l'île Sainte-Croix — l'île Dochet — est visible à la fois du côté américain et du côté canadien. Nous n'avons pas l'intention d'en donner l'accès aux visiteurs. L'histoire de cet endroit peut être racontée différemment. Pendant les célébrations de 2004, il y a eu des croisières d'interprétation. Il y a un lieu historique national, un endroit d'où on peut voir l'île et en apprendre sur son histoire. Nous n'avons certainement pas l'intention de laisser les visiteurs envahir cette île.

En Nouvelle-Écosse, autour de Grand-Pré et de Port-Royal, de mesures de protection sont aussi en place.

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: Il y a l'ancien fort aussi. Je ne me souviens plus de quel côté il était. J'oublie le nom du fort, mais un fort a été reconstruit.

[Traduction]

Mme Helen Jean Newman: Est-ce que c'est Port-Royal? Il y en a plusieurs.

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: C'est peut-être celui de Port-Royal, mais ce n'est pas celui de Louisbourg.

[Traduction]

Mme Helen Jean Newman: C'est l'avantage de compter de si nombreux lieux historiques provinciaux et nationaux autour de la baie. Il y a Port-Royal, Grand-Pré et la tour Martello. Déjà, tous ces endroits sont très bien protégés.

• (1000)

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: Oui, mais j'ai peur que ces sites ne soient détruits par le tourisme. Il faut faire bien attention.

Vous avez parlé de Jean-François Breau, qui est le porte-parole québécois. Au-delà de ça, quelle sorte de promotion faites-vous en français? Les Québécois n'en ont pas beaucoup entendu parler.

[Traduction]

Mme Helen Jean Newman: Le Nouveau-Brunswick a mené une campagne énergique sur le marché québécois. Nous avons travaillé avec Jean-François et une firme de relations publiques de Montréal pour faire passer notre message. Est-ce que cela a donné les résultats escomptés? Non; nous avons eu beaucoup de mal à capter l'attention des médias. Cela n'a pas suscité d'intérêt dans les médias.

Nous avons offert d'organiser des entrevues avec Bernard Werber, qui est né à Montréal et, honnêtement, nous avons eu beaucoup de mal à susciter de l'intérêt. Mais quand Jean-François et son amie ont récemment lancé un nouvel album, le 20 septembre, je crois, il en a fait mention. Il en a parlé sur Twitter et il en parle à toutes les émissions où il va.

Tout ce que je peux dire c'est plus on en parle, mieux c'est pour nous.

Mme Stacey Jones-Oxner: C'est une des célébrités qui figurent dans la vidéo. Quand nous rendrons public cette vidéo la semaine prochaine, nous en ferons connaître d'autres, dont l'une met en vedette Jean-François Breau. Il y a aussi *This Hour Has 22 Minutes*. Il y aura donc le grand lancement de la vidéo mettant en vedette des célébrités, suivi des autres vidéos.

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: En français?

Mme Stacey Jones-Oxner: Oui.

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: Ai-je encore un peu de temps?

[Traduction]

Le président: Huit secondes, sept, six...

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: Dans un document que j'ai lu, il est question du perfectionnement de la main-d'oeuvre. De quoi parlez-vous exactement?

[Traduction]

Mme Helen Jean Newman: Je suis désolée, pourriez-vous répéter la question?

[Français]

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: C'est à propos du perfectionnement de la main-d'oeuvre. On aborde ce sujet dans un document qui vient de la Bibliothèque du Parlement. Je ne sais pas à quoi on fait allusion.

[Traduction]

L'apprentissage... la main d'oeuvre... quelque chose au sujet de... Cela ne vous dit rien?

Mme Helen Jean Newman: Non, je suis désolée.

Mme Marjolaine Boutin-Sweet: Non? Ça va.

Le président: Bien, passons maintenant à l'intervenant suivant.

Monsieur Hillyer, vous avez cinq minutes.

M. Jim Hillyer (Lethbridge, PCC): Merci.

Je n'ai qu'une question. On a déjà parlé de ce qui pouvait être fait à partir d'aujourd'hui, parce que c'est tout ce que nous pouvons faire, puisque nous ne pouvons retourner dans le passé. Toutefois, j'espère que ce ne sera pas la dernière occasion que nous aurons d'unir le pays pour une bonne cause. Il reste 23 jours et vous déployez de grands efforts pour le sprint final. Mais si vous pouviez revenir en arrière, que feriez-vous différemment? Nous pourrions tirer des leçons de cette expérience-ci en prévision d'une campagne semblable à l'avenir.

Mme Terri McCulloch: Nous sommes si concentrés sur l'avenir que nous n'avons pas pris le temps de revenir sur ce que nous avons fait.

Mme Stacey Jones-Oxner: À la fin du concours, nous examinerons attentivement toutes nos initiatives pour ensuite rédiger un rapport exhaustif afin de pouvoir tirer des leçons de nos bonnes pratiques comme de nos erreurs.

La campagne a été très longue. Comme la vidéo vous l'a montré, depuis 2007, nous sommes passés du 440^e rang au 220^e, puis au 77^e rang. Nous sommes convaincus d'avoir le meilleur plan possible et, au moment d'amorcer le sprint final de 23 jours, nous poursuivons sur notre élan. Nous sommes très emballés d'être ici aujourd'hui, sur la Colline du Parlement. Nous croyons en nos chances de réussite, mais il faut que chacun y mette du sien.

M. Jim Hillyer: Mais, en cours de route, vous êtes-vous dit que si telle ou telle chose ne s'était pas produite, ou si telle personne vous avait soutenu...?

Mme Helen Jean Newman: Une chose peut-être: dès que New7Wonders a annoncé que nous comptions parmi les 28 premiers, nous avons déployé des efforts énergiques pour trouver des sociétés commanditaires. La fondation New7Wonders, un peu comme les Olympiques ou le championnat mondial de soccer, impose de nombreuses règles aux partenariats et commandites.

Nous avons consacré beaucoup de temps et d'énergie à solliciter Tim Hortons, Canadian Tire, des fabricants automobiles et des fabricants de vélos. Nous avons dressé une liste d'une vingtaine de grandes sociétés et, malheureusement, quand les 28 premiers sites ont été annoncés, nous n'avons pu obtenir de commandites car cela tombait au mauvais moment du cycle de planification de ces entreprises. Il aurait été formidable d'avoir deux ou trois grands commanditaires comme Tim Hortons ou Canadian Tire qui auraient pu nous faire profiter de leur visibilité et de leurs points de vente. Nous nous sommes adressés à Loblaws et à Sobey's, dont les représentants se sont montrés extrêmement intéressés. Malheureusement, leur cycle de planification ne correspondait pas au nôtre, leur étant à beaucoup plus long terme. Nous aurions donc pu faire mieux à ce chapitre.

S'il y a une chose que nous aurions pu faire mieux, ce serait d'avoir trouvé plus de sociétés commanditaires — et, bien sûr, plus d'argent. Mais ces facteurs échappaient à notre contrôle.

• (1005)

Le président: Merci, monsieur Hillyer.

Cela met fin à la deuxième série de questions. Voulez-vous poursuivre la période de questions?

M. Tyrone Benskin: Monsieur le président, j'ai une petite question à poser.

Le président: Oui, c'est votre tour, alors, allez-y.

Y aurait-il d'autres questions après l'intervention de M. Benskin?

M. Rodger Cuzner: J'ai deux ou trois questions.

M. Paul Calandra (Oak Ridges—Markham, PCC): J'en aurais encore une aussi.

Le président: Bien. Nous ferons donc un autre tour de table.

Monsieur Benskin.

M. Tyrone Benskin: Ma question va vous sembler idiote. Il a beaucoup été question de la baie de Fundy, mais, moi, j'aimerais savoir comment on s'y rend. Il y a deux ans, je suis allé à St. John's pour la remise des prix Juno et j'ai vécu l'expérience quelque peu angoissante de tenter de trouver une façon de quitter St. John's. Cela m'a pris deux jours. Sans blague.

Les gens arrivaient en avion d'un peu partout au Canada et dans le monde. Alors, comment se rend-on à la baie de Fundy?

Mme Stacey Jones-Oxner: L'aéroport d'Halifax est très bien, à mon avis. Le service à la clientèle est hors pair, il dessert de nombreuses lignes aériennes, en fait, de plus en plus de lignes aériennes.

M. Tyrone Benskin: La plaque tournante est donc Halifax.

Mme Stacey Jones-Oxner: Vous pouvez aussi passer par Fredericton ou Saint-Jean.

Mme Helen Jean Newman: Vous pouvez aussi prendre le train. Le train de VIA vous amène jusqu'à Moncton.

De chez moi à Fredericton jusque chez ma fille à Guelph, il faut compter environ 14 heures en voiture, toujours sur une route à quatre voies. Vous pouvez vous rendre à la baie de Fundy par une autoroute à quatre voies, sauf pour un petit tronçon au Québec, qui comptera quatre voies dès 2014, et qu'il vous faudra deux heures pour parcourir. Puis, de Fredericton jusqu'à Saint-Jean ou de Fredericton jusqu'à St. Andrews, vous devrez compter encore une heure ou une heure et demie. Vous pouvez aussi passer par la Nouvelle-Écosse. Que l'on choisisse l'avion, la voiture ou le train, c'est facile de s'y rendre et bien des options s'offrent à vous.

M. Tyrone Benskin: Et juste...

Mme Helen Jean Newman: C'est Saint John, pas St. John's.

M. Tyrone Benskin: Désolé, je le sais. Ça me ramène à l'école primaire, j'entends encore mon institutrice vociférant.

Mme Helen Jean Newman: C'est également desservi par Air Canada, WestJet et Porter — et de la Nouvelle-Écosse, il y a un certain nombre de vols internationaux. Nous avons des vols des États-Unis, de l'Europe et ainsi de suite.

Mme Stacey Jones-Oxner: Il y a de plus en plus de vols.

M. Tyrone Benskin: Pour revenir à la question d'infrastructure, question qui a été posée par mon collègue plus tôt, avez-vous l'assurance qu'on pourra composer avec une augmentation marquée du tourisme?

Mme Stacey Jones-Oxner: Absolument. En Nouvelle-Écosse, la division de tourisme qui se charge de la mise au point de développement de produits travaille constamment avec nos voyageurs pour accroître le logement et les expériences. Il y a une chambre à l'auberge, c'est certain. Nous avons confiance qu'on pourra composer avec l'afflux de gens.

Mme Terri McCulloch: Même en période de pointe, par exemple, la plupart de nos hôteliers ont un taux d'occupation de 60 p. 100 à 75 p. 100. Ce sont les statistiques d'hébergement en saison de pointe, alors pendant l'inter-saison, il existe un grand potentiel.

M. Tyrone Benskin: J'ai encore une autre question rapide, qui concorde en quelque sorte avec ce que disait mon collègue libéral. A-t-on fait des démarches pour créer un forfait voyage atlantique qui permettrait à d'autres parties de la région de l'Atlantique de profiter de l'expérience de la baie de Fundy? Vous pourriez prendre un vol vers la baie de Fundy, puis prendre un vol nolisé vers... et ainsi de suite.

Mme Stacey Jones-Oxner: En fait, ce sont les concours que nous avons à l'heure actuelle.

Mme Helen Jean Newman: Dans le cas de l'initiative de la baie de Fundy, nous proposons la théorie de marée montante qui soulève tous les navires. Ça commence avec la baie de Fundy, mais ça se répercute sur la région de l'Atlantique et le reste du Canada. Les quatre provinces de l'Atlantique travaillent ensemble de façon très dynamique pour développer des forfaits voyages comprenant les quatre provinces, ou une combinaison de celles-ci. Ça se produit tout le temps.

• (1010)

M. Tyrone Benskin: Je céderai le temps qu'il me reste à mon collègue libéral, s'il y a lieu.

Le président: Vous avez terminé monsieur Benskin?

On peut procéder ainsi ou on peut y revenir.

M. Rodger Cuzner: Je vais intervenir.

Merci beaucoup. Je vous en suis reconnaissant.

On sent le soutien tout autour de la table, et ce, tout parti confondu.

Pour ce qui est de la participation des sociétés, j'ai remarqué que lorsque j'étais en Afrique du Sud, la montage de la Table a été fortement appuyée par Visa et la First Bank. Les entreprises ont également participé. Comme vous le dites, il s'agit plus que l'investissement, ils s'y connaissent. C'est ce qu'ils font et ils ont un grand rayonnement.

Une petite note au moment où vous déployez tous vos efforts pour le dernier sprint, je vois que vous avez un auditoire très attentif soit la Ligue de hockey junior majeur du Québec. Tous ces édifices ont des écrans géants. Votre vidéo de promotion est un élément puissant. Ils ont également des capacités de réalisation à l'interne. Alors si vous pouviez...

Mme Stacey Jones-Oxner: Il y a un petit chuchotement.

Des voix: Oh, Oh!

M. Rodger Cuzner: ... mettez cela à profit...

Vendredi soir les Mooseheads ont l'intention de gagner contre les Sea Dogs de Saint John.

Des voix: Oh, oh!

M. Rodger Cuzner: Il y aura 10 000 personnes pour les encourager vendredi soir.

Encore, je crois que c'est un auditoire captif. Si vous pouvez faire en sorte que les capitaines ou quelques joueurs disent d'aller voter, cela vous donnera un élan pour quelque temps encore. Toutes les pistes de hockey ont des écrans géants.

Mme Stacey Jones-Oxner: Tout à fait, nous les avons utilisés pendant les jeux du Canada lorsque la Nouvelle-Écosse a été l'hôte des jeux. Notre vidéo a été projetée sur les écrans géants puis il y avait des jeunes qui patinaient avec le numéro 7 dans le dos. Oui, c'est une excellente idée.

Mme Helen Jean Newman: Elle a également été diffusée lors du championnat du hockey du SIC qui a eu lieu à Fredericton.

M. Rodger Cuzner: Oui, d'accord.

Mme Helen Jean Newman: TSN a notamment diffusé la vidéo. Il y a eu différents moyens, mais c'est une bonne idée.

Mme Stacey Jones-Oxner: Nous allons nous assurer de vous demander d'obtenir un autographe des Eagles.

M. Rodger Cuzner: Il a été échangé au Mooseheads, alors maintenant je déteste les Eagles.

Le président: D'accord. Merci, monsieur Cuzner.

Monsieur McColeman.

M. Phil McColeman (Brant, PCC): Je vous remercie d'avoir pu assister. Cela a été très édifiant.

Je viens généralement à titre de visiteur à ce comité, nos comités sont toujours très partisans, ou le sont quelquefois. Ils l'étaient autrefois. Je mentionnerai, tout bonnement, le commentaire qui a été fait relativement à la vague orange. On voit parfois une vague orange dans l'océan, mais l'océan est bleu.

Des voix: Oh, oh!

M. Rodger Cuzner: Je crois que c'est un mélange des deux.

M. Phil McColeman: Rodger, je songeais à quelque chose de rouge. Tout ce qui me vient à l'esprit ce sont des homards. Ils sont rouges lorsqu'ils sont cuits.

M. Rodger Cuzner: Poursuivez.

M. Phil McColeman: On en a peut-être déjà parlé, alors pardonnez-moi si c'est le cas, mais le processus afin d'arriver aux 28 retenus à la fin a été fait par un groupe d'experts. Est-ce exact? Est-ce ainsi qu'ils ont procédé?

Mme Terri McCulloch: Oui, en fait il y a eu trois campagnes au préalable. Il y a eu la mise en candidature de 441 sites mondiaux qui ont été réduits à 220 suite à un vote du public. Ces 220 sites incluait un pour chaque pays. Il y avait également des sites internationaux. Après que ce fût ramené à 220 sites, la baie de Fundy était toujours en tête de liste des sites canadiens. Les chutes du Niagara représentent un site international, car les États-Unis et le Canada ont présenté leur candidature conjointement.

Les 77 sites principaux sont ensuite passés à 28, vous avez raison cela a été déterminé par un groupe d'experts internationaux. Je peux vous nommer quelques personnes qui ont siégé à ce comité: Frederico Mayor, l'ancien président de l'UNESCO; et Alexandra Cousteau. Vous reconnaissez le nom Cousteau, oui, c'est la fille de Jacques Cousteau. Elle participe à une initiative quinquennale internationale qui vise à faire connaître les enjeux mondiaux liés à l'eau. Également au sein de ce comité un Américain connu sous le nom de *silent walker* ou marcheur silencieux — je n'arrive même pas à me souvenir de son nom —, il a traversé les États-Unis à pied quatre fois sur une période de 15 ans afin de conscientiser la planète aux questions environnementales. Il était loin d'être silencieux au moment où il a siégé au comité.

Alors il y a eu un certain nombre d'experts internationaux, certains connus, qui ont évalué les sites en fonction de leur consécration et leur mérite international.

•(1015)

M. Phil McColeman: Revenons au premier tour de scrutin public que vous avez mentionné. Était-ce à l'échelle internationale?

Mme Terri McCulloch: Absolument, il s'agissait d'une campagne mondiale.

M. Phil McColeman: C'est donc fantastique qu'on se soit rendu-là.

Est-ce une fondation privée qui finance cette initiative? Comment a-t-on fait le choix entre un processus de vote et un processus de sélection? Pouvez-vous nous dire comment on est arrivé à cette décision?

Mme Terri McCulloch: Il semble qu'il s'agisse d'une organisation sans but lucratif très semblable, à certains égards, à celle s'occupant des Olympiques. Comme Helen Jean l'a indiqué, il se peut qu'on accepte les commandites d'entreprise. Quant à notre contribution à l'association, sachez que nous avons payé des frais d'inscription de 50 \$ il y a quatre ans, et que c'est tout ce qu'on a versé à la fondation.

J'imagine que leurs dépenses de fonctionnement sont défrayées par les entreprises commanditaires. Il ne s'agit pas d'un gros exercice coûteux, loin de là. Je sais que cela a préoccupé certaines personnes à l'origine, qui se demandaient comment cela fonctionnait, qui étaient ces gens, et ce genre de choses. Or, c'est cette association qui s'est chargée de la campagne pour les merveilles architecturales, laquelle a été couronnée de succès. Elle a coopéré avec de nombreuses organisations de promotion de destinations internatio-

nales ainsi qu'avec les grandes villes où se trouvaient certaines des merveilles finalistes, se taillant ainsi une excellente réputation sur la scène internationale. Nous avons donc aussi fait nos devoirs.

M. Phil McColeman: Il me reste une brève question. Vous avez de toute évidence une relation médiatique avec CTV. Est-ce que ces liens se sont tissés tout naturellement en raison d'une synergie entre les deux groupes, ou est-ce que vous aviez sollicité tous les médias et que CTV a été la seule organisation à accepter? Comment les choses se sont-elles passées?

Mme Stacey Jones-Oxner: Notre stratégie ministérielle prévoyait que nous sollicitions des partenaires à tous les niveaux, alors que nous étions également à la recherche d'un partenaire médiatique. Nous avons effectivement contacté tous les grands médias canadiens. Je pense que CTV se passionnait pour cette question et a pu nous aider énormément.

Mme Helen Jean Newman: Il a fallu plusieurs mois et quatre réunions avec des hauts placés pour convaincre CTV d'accepter.

Nous avons parlé plus tôt de la couverture médiatique. Nous nous croisons les doigts en espérant bientôt un reportage avec Peter Mansbridge aux nouvelles sur les sept nouvelles merveilles du monde.

M. Phil McColeman: Donc, vous ne cherchiez pas à accorder l'exclusivité à un seul média, c'est-à-dire que si un autre média du pays voulait intervenir et vous aider pour le sprint final il aurait été en mesure de le faire. C'est fantastique.

Je vous remercie encore une fois. Je vous suis vraiment reconnaissant d'être ici parce que nous allons mettre toutes nos ressources à l'oeuvre pour vous aider à en faire la promotion et à obtenir les votes dont vous aurez besoin.

Le président: Merci, monsieur.

Merci également à nos témoins, Helen Jean, Terri, Stacey. Merci d'avoir pris le temps de venir nous parler de la candidature canadienne, puisque nous l'avons tous à coeur, et je pense que vous avez pu le constater aujourd'hui. Nous avons tous accès à nos collègues, à nos réseaux d'amis et à nos listes de distribution par courriel, ainsi qu'à nos sites Web. Vous venez de lancer un défi à tous les parlementaires, en nous demandant de faire notre possible, et nous sommes prêts.

En outre, notre gouvernement est fier de coopérer avec vous par l'entremise de la CCT et de l'APECA, ainsi que dans le cadre du Partenariat du tourisme du Canada atlantique. Je suis un peu partial, parce que ma circonscription est dans la baie de Fundy. Je peux profiter en partie de ce paysage et je comprends bien certains des avantages que pourrait en tirer le tourisme canadien si nous étions sélectionnés.

Là-dessus, vous pouvez prendre congé. Nous vous remercions d'avoir comparu devant nous. S'il y a quoi que ce soit au cours des 23 prochains jours que vous voudriez nous faire parvenir pour que nous puissions le distribuer à nos collègues, n'hésitez pas, parce que je pense que nous serions tous heureux de vous aider. Merci.

Avant de lever la séance, monsieur Nantel aviez-vous quelque chose à ajouter?

[Français]

M. Pierre Nantel: En fait, cette pièce-ci serait idéale pour recevoir M. James Moore et que cette rencontre soit télévisée. Que doit-on faire pour que la rencontre de jeudi prochain soit télédiffusée depuis cette pièce?

[Traduction]

Le président: C'est un peu dernière minute. Je sais que le comité a dû négocier longuement avec certains de vos collègues de même qu'avec le Comité de la justice.

Monsieur Calandra, voulez-vous prendre la parole à cet égard?

• (1020)

M. Paul Calandra: Monsieur le président, Je sais que le ministre Moore est toujours ravi de parler des préparatifs des célébrations du 150^e anniversaire du Canada. Si nous pouvions le recevoir dans une des pièces où il est possible de télédiffuser les séances, ce serait excellent. Je sais que ces pièces sont très prisées par d'autres comités, mais d'un autre côté, cela nous convient. Comme ça été le cas pour cette séance-ci, il nous faudrait en gros la permission des deux partis d'opposition pour que cela se concrétise. Je peux vous dire que de notre côté, nous serions heureux de télédiffuser la comparution du ministre.

Le président: Je devrai intervenir, parce que la greffière et moi-même en avons discuté lundi. Nous voulions que cette séance soit télédiffusée, et nous avons donc collaboré avec les députés de

l'opposition pour s'assurer que cela se produise. La greffière me dit qu'avec seulement deux jours de préavis, changer de créneau avec un autre comité posera des problèmes de logistique. N'y a-t-il pas deux salles de comité qui permettent la télédiffusion?

Celle-ci et une autre.

Apparemment, deux comités peuvent être télédiffusés simultanément.

Donc, si c'est ce que désire le comité, et ça semble être le cas, nous pouvons entamer le processus. Toutefois, on ne vous garantit rien; tout dépend de ce qu'ont prévu vos collègues et nos collègues des autres comités qui occupent ces créneaux.

Le comité souhaite-t-il que la greffière tente de permettre la télédiffusion de la séance de jeudi?

Des voix: Oui.

Le président: D'accord.

C'est ce qu'on fera au cours des prochains jours.

La séance est levée.

POSTE  MAIL

Société canadienne des postes / Canada Post Corporation

Port payé

Postage paid

Poste-lettre

Lettermail

**1782711
Ottawa**

*En cas de non-livraison,
retourner cette COUVERTURE SEULEMENT à :*
Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5

If undelivered, return COVER ONLY to:
Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5

Publié en conformité de l'autorité
du Président de la Chambre des communes

PERMISSION DU PRÉSIDENT

Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à : Les Éditions et Services de dépôt
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0S5
Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943
Télécopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

Published under the authority of the Speaker of
the House of Commons

SPEAKER'S PERMISSION

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services
Public Works and Government Services Canada
Ottawa, Ontario K1A 0S5
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757
publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site at the following address: <http://www.parl.gc.ca>