



ASSEMBLÉE NATIONALE

PREMIÈRE SESSION

TRENTE-SIXIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

**de la Commission permanente
de l'économie et du travail**

Le vendredi 14 avril 2000 — N° 58

Étude des crédits du ministre délégué au Tourisme (1)

**Président de l'Assemblée nationale:
M. Jean-Pierre Charbonneau**

QUÉBEC

328.714

'02

03

Comm.

1999/2001

14

Ev.3

QL

Rech.

Abonnement annuel (TPS et TVQ en sus):

Débats de l'Assemblée	145,00 \$
Débats des commissions parlementaires	500,00 \$
Pour une commission en particulier:	
Commission de l'administration publique	75,00 \$
Commission des affaires sociales	75,00 \$
Commission de l'agriculture, des pêcheries et de l'alimentation	25,00 \$
Commission de l'aménagement du territoire	100,00 \$
Commission de l'Assemblée nationale	5,00 \$
Commission de la culture	25,00 \$
Commission de l'économie et du travail	100,00 \$
Commission de l'éducation	75,00 \$
Commission des finances publiques	75,00 \$
Commission des institutions	100,00 \$
Commission des transports et de l'environnement	100,00 \$
Index (une session, Assemblée et commissions)	15,00 \$

Achat à l'unité: prix variable selon le nombre de pages.

Règlement par chèque à l'ordre du ministre des Finances et adressé comme suit:

Assemblée nationale du Québec
Distribution des documents parlementaires
880, autoroute Dufferin-Montmorency, bureau 195
Québec, Qc
G1R 5P3

Téléphone: (418) 643-2754
Télécopieur: (418) 528-0381

Consultation des travaux parlementaires de l'Assemblée ou des
commissions parlementaires sur Internet à l'adresse suivante:
www.assnat.qc.ca

Société canadienne des postes — Envoi de publications canadiennes
Numéro de convention: 0592269

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Commission permanente de l'économie et du travail

Le vendredi 14 avril 2000

Table des matières

Organisation des travaux	1
Remarques préliminaires	1
M. Maxime Arseneau	1
Mme Margaret F. Delisle	5
M. Guy Lelièvre	8
Discussion générale	8
Société du Centre des congrès de Québec	9
Compression budgétaire	9
Entretien et maintenance de l'équipement	11
Transfert éventuel de la responsabilité à une structure municipale ou régionale	11
Nombre d'emplois créés et retombées économiques	12
Écart entre les recettes touristiques du Québec et de l'Ontario	16
Promotion et développement du tourisme	18
Société des événements majeurs internationaux du Québec	20
Promotion des événements régionaux	21
Rôle de la Direction de la recherche et du développement	22
Mesures pour aider les PME dans le domaine du tourisme	24
Société des événements majeurs internationaux du Québec (suite)	26
Implantation d'un centre d'affaires électronique	27
Information touristique régionale	28
Document déposé	30
Implantation d'un centre d'affaires électronique (suite)	30

Autres intervenants

Mme Denise Carrier-Perreault, présidente
M. Guy Lelièvre, président suppléant

M. Stéphane Bédard
M. Rémy Désilets
Mme Manon Blanchet

- * M. Claude Pinault, Société du Centre des congrès de Québec
- * Mme Lucille Daoust, Tourisme Québec
- * Témoins interrogés par les membres de la commission

Le vendredi 14 avril 2000

Étude des crédits du ministre délégué au Tourisme

(Neuf heures trente minutes)

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): La commission de l'économie et du travail est réunie afin de procéder à l'étude des crédits budgétaires relevant du ministre délégué au Tourisme pour l'année financière 2000-2001.

Mme la secrétaire, est-ce qu'il y a des remplacements?

La Secrétaire: Oui, Mme la Présidente. Mme Delisle (Jean-Talon) remplace Mme Normandeau (Bonaventure).

Organisation des travaux

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Merci. Alors, pour ce qui est de l'étude des crédits, on a un seul programme. Donc, je comprends que le vote va se prendre à la fin de toutes les discussions. Ce sera un échange plutôt général, à ce que je comprends, sur l'ensemble du programme. Je pense qu'il a été convenu que la Société du Centre des congrès de Québec était présente ce matin. Donc, s'il y a des questions plus précises à adresser à la Société, ça serait dans le courant de l'avant-midi. Oui, Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: Mme la Présidente, je voudrais juste savoir comment on va fonctionner pour le questionnement, juste pour qu'on puisse se gouverner en conséquence. Est-ce qu'on a notre 20 minutes et puis le parti ministériel a le 20 minutes, ou vous allez le calculer à partir de chacune des questions et vous allez alterner? Je vais vous expliquer pourquoi je vous pose la question. À titre d'exemple, bon... Peut-être que le Centre des congrès est un moins bon exemple, puisque, si la partie ministérielle a des questions là-dessus, il me semble que ça va de soi, là, ça ne me dérange pas d'alterner, mais, sur les autres sujets, est-ce que je peux prendre mon 20 minutes jusqu'à épuisement plutôt que vous me disiez: C'est 10 minutes, puis 10 minutes. Je veux juste savoir comment on fonctionne.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Non, non, c'est votre choix, Mme la députée de Jean-Talon. J'essaie de faire en sorte que les discussions puissent se dérouler avec le plus de souplesse possible.

Mme Delisle: O.K.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Tout en considérant que chacun des membres de la commission, de part et d'autre, quand même, ait une possibilité de poser ses questions.

Mme Delisle: Ah, oui, oui!

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, disons que, si vous voulez...

Mme Delisle: Mais, sur un sujet précis, si j'ai terminé, bon, ça va. Si je n'ai pas terminé sur le même sujet, je peux continuer jusqu'à épuisement de mon 20 minutes.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Ah oui! Même à ça...

Mme Delisle: Oui, parfait. C'est parce que c'était la façon de fonctionner l'année dernière, alors c'est pour ça que je pose la question.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Ça se peut que... Non, c'est ça, il y a une certaine alternance que je vais essayer de faire respecter tout simplement.

Mme Delisle: Ah oui, oui! Ça, je suis d'accord. Merci.

Remarques préliminaires

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, là-dessus, on en est maintenant à la période des remarques préliminaires. Alors, M. le ministre.

M. Maxime Arseneau

M. Arseneau: Merci beaucoup, Mme la Présidente. Chers collègues, c'est avec grand plaisir que je m'adresse à vous, membres de la commission, pour partager l'information touchant un des secteurs les plus dynamiques de l'économie québécoise: l'industrie touristique. Les prochaines heures nous permettront d'échanger avec grande transparence, et notamment avec la députée de Jean-Talon, sur de nombreux dossiers tout aussi passionnants les uns que les autres. Je suis très heureux qu'on puisse parler enfin de tourisme.

Je voudrais, avant de commencer, vous présenter les personnes qui m'accompagnent ce matin. D'abord, il y a Mme Lucille Daoust, qui est sous-ministre associée à Tourisme Québec, qui est à ma gauche; et, à ma gauche, plus près, il y a le président-directeur général de la Société du Centre des congrès de Québec, M. Claude Pinault; j'ai aussi Sylvain Dubé, qui est mon chef de cabinet. Je souligne également la présence dans la salle de quelques représentants de Tourisme Québec et de la Société du Centre des congrès.

Il y a presque deux ans, le gouvernement du Parti québécois adoptait la politique de développement touristique québécoise, si justement intitulée *Pour donner au monde le goût du Québec*. Depuis ce temps, toutes les actions menées par Tourisme Québec et ses différents partenaires se sont inscrites dans le cadre de cette politique. Si vous le voulez bien, je profiterai des prochaines minutes pour vous adresser un court bilan de l'activité touristique québécoise sous trois grands thèmes: d'abord, la consolidation et le développement de l'offre; la mise en oeuvre d'un programme qualité; et finalement la promotion touristique.

Le Québec dispose d'un potentiel considérable en matière d'expérience touristique de qualité. On parle maintenant d'expérience touristique; c'est un concept original, global, qui fait référence à plus qu'un attrait mais à une expérience de vie que l'on offre à des visiteurs potentiels. Mais les attentes des clientèles d'aujourd'hui sont en constante évolution. Afin d'être en mesure de s'adapter aux nouveaux défis et de faire face à la concurrence de plus en plus vive que se livrent les grandes destinations touristiques internationales, il convient de se doter d'outils modernes et adaptés en matière de consolidation et de développement de l'offre. À cet égard, nous avons mis sur pied quelques instruments à l'intention de l'industrie touristique québécoise.

Ainsi, lors du dernier discours sur le budget présenté par le ministre d'État à l'Économie et aux Finances, nous avons annoncé le versement d'un montant de 30 millions à la Société des événements majeurs internationaux du Québec, la SEMIQ, pour aider au financement des grands événements touristiques québécois. Plus concrètement, cette nouvelle société viendra soutenir le financement, entre autres, des dépenses d'opération d'événements majeurs internationaux, d'activités de promotion sur les marchés internationaux pour les événements majeurs internationaux québécois et pour aider aussi le financement d'études pour la création de nouveaux projets axés sur le marché des événements majeurs internationaux.

Au cours des années, un grand nombre d'événements de divertissement ont vu le jour au Québec et plusieurs ont atteint le statut d'événements internationaux en se faisant connaître à l'étranger comme des produits de qualité. Ce faisant, ils contribuent à faire du Québec une destination attrayante pour les visiteurs étrangers et les touristes québécois tout en contribuant à l'image de marque du Québec sur la scène internationale.

Les grands événements internationaux génèrent globalement une activité économique de 344 millions de dollars au Québec, soutiennent plus de 9 000 emplois et contribuent annuellement pour 48 millions de dollars de revenus, de retombées pour le gouvernement québécois. Toutefois, les événements majeurs internationaux bénéficient très peu de toutes ces retombées économiques, ce qui entraîne des difficultés quant à leur financement.

Ainsi, pour assurer leur pérennité, les événements majeurs internationaux québécois doivent absolument poursuivre leurs efforts de développement du produit et maintenir une qualité exemplaire, critères de succès

reconnus par l'ensemble de l'industrie tant au Québec qu'aux États-Unis et qu'en Europe. Cette mission, qui exige des efforts et des moyens importants, implique nécessairement un partenariat soutenu avec l'État. C'est ce que nous avons fait dans le dernier discours sur le budget.

Toujours en matière de consolidation et de développement de l'offre — et ceci fera plaisir à mon collègue député de Gaspé — vous vous souviendrez que, le 11 juin dernier, grâce à un effort de concertation et de mobilisation sans précédent, j'annonçais que nous avons pu réunir tous les éléments nécessaires à la relance de l'industrie touristique de la Gaspésie. Le gouvernement du Québec, par l'entremise de Tourisme Québec, a créé le Fonds de développement touristique pour la Gaspésie, doté d'un budget de 6 millions de dollars, pour assurer le développement de l'offre et la promotion de la région touristique gaspésienne.

Je voudrais souligner que la région touristique gaspésienne est une des plus anciennes régions touristiques québécoises. On peut dire que c'est de tradition que les Québécois allaient, dans les années trente, cinquante et soixante, et vont encore, en Gaspésie. Mais cette région touristique, qui a connu des années fastes, rencontre actuellement des problèmes importants en termes de développement, de positionnement de son industrie touristique. Et, quand on regardait en particulier le taux de satisfaction de la clientèle qui se rendait en Gaspésie, je pense qu'il y avait urgence à intervenir pour soutenir ce secteur important de l'économie gaspésienne.

Au surplus, les conseils régionaux de concertation et de développement, les CRCDD, de la Gaspésie et des Îles-de-la-Madeleine et du Bas-Saint-Laurent ont accepté d'ajouter 1,6 million pour des projets de développement, portant ainsi l'enveloppe globale à 7,6 millions de dollars. Dans un souci de représentativité régionale, un comité de gestion de l'entente, formé de représentants de toutes les parties impliquées, a été mis sur pied pour la mise en oeuvre et le suivi de ce fonds. Ce mode de gestion novateur s'inscrit dans la volonté gouvernementale de doter les régions des outils nécessaires pour décider elles-mêmes de leurs priorités de développement. Depuis la création du Fonds de développement touristique de la Gaspésie, ce sont plus d'une vingtaine de projets qui ont été acceptés pour une aide totale de plus de 1,5 million qui a généré des investissements totaux de 8 millions et la création de 113 emplois.

Parlons maintenant de la stratégie de développement de l'offre. Enfin, question d'arrimer les efforts de chacun, Tourisme Québec a annoncé son intention d'entreprendre, en collaboration avec le Forum permanent de l'industrie touristique, une stratégie de développement de l'offre touristique. Celle-ci sera la suite logique de la nouvelle stratégie de marketing 2000-2005, que nous nous apprêtons d'ailleurs à soumettre au Forum de l'industrie touristique. Et cette stratégie permettra donc d'ajuster plus efficacement l'offre en fonction de la demande. C'est de l'économie 101. La stratégie de développement de l'offre reposera sur l'innovation, l'expertise et les capitaux.

• (9 h 40) •

Les objectifs visés par cette stratégie sont: d'abord, l'accroissement des investissements en tourisme; il s'agit, deuxièmement, d'orienter ces investissements vers le développement d'expériences touristiques d'envergure internationale; troisièmement, coordonner davantage les actions publiques et privées afin d'adapter les interventions gouvernementales aux besoins réels de l'industrie; et, finalement, offrir un soutien accru aux promoteurs. Cette stratégie de développement de l'offre sera élaborée au cours de l'année 2000.

Le contexte de concurrence constante dans lequel nous évoluons nous oblige à développer des produits touristiques non seulement adaptés aux besoins des clientèles, mais offrant aussi un rapport qualité-prix concurrentiel. L'atteinte de cet objectif implique toutefois de la part de l'industrie et des instances gouvernementales un suivi étroit des différents paramètres qui régissent la qualité de l'offre touristique. Une des clés du succès du développement de l'industrie touristique et de la progression de cette industrie, c'est l'aspect de la qualité de l'offre touristique.

Évidemment, cette approche implique une concertation de l'industrie afin d'éviter la dispersion des efforts et de permettre le partage des expériences. C'est ainsi qu'un comité de travail composé majoritairement de représentants de l'industrie a jeté les bases d'un véritable programme de qualité. Reposant sur des principes et des valeurs communes à chacun des secteurs, ce programme permettra à l'ensemble des secteurs de l'activité touristique d'y retrouver son compte.

Tourisme Québec a également mandaté le Bureau de normalisation du Québec pour élaborer avec les associations participantes le tronc commun et les normes sectorielles de certification qui constitueront le programme. Rappelons que les éléments du tronc commun seront applicables à l'ensemble de l'industrie touristique, à tous les secteurs, tandis que les éléments sectoriels s'appliqueront dans chacun des secteurs participants. Cette approche constitue une véritable alternative aux normes réglementaires actuelles et vise à responsabiliser les entrepreneurs par rapport au virage client, le virage client qui demeure l'une des orientations stratégiques de la politique de développement de l'industrie touristique québécoise adoptée par le gouvernement du Québec en 1998.

Les secteurs qui ont déjà confirmé leur participation au programme sont l'hôtellerie, les terrains de camping, les camps de vacances, le transport par autobus, les croisières-excursions, les agences de voyages, les attractions, les fêtes, les festivals, le tourisme d'aventure, les associations touristiques régionales et même les bureaux d'information touristique. Donc, l'ensemble de l'industrie touristique québécoise est tout à fait d'accord pour prendre le virage client et pour s'impliquer dans le développement, l'application et la gestion de ce programme qualité.

Ce virage qualité est cependant déjà bien amorcé par l'implantation de nouveaux programmes de classification, soit celui des hôtels et des résidences de tourisme de

six unités ainsi que le programme de classification des gîtes touristiques. Soulignons que ces deux programmes ont connu d'excellents résultats avec des taux d'adhésion s'élevant à 70 % et à 93 % respectivement. La classification constitue un outil de référence essentiel et très sécurisant de même qu'un service de première ligne pour les clientèles touristiques lorsque vient le temps de choisir un établissement d'hébergement répondant à leurs attentes.

Enfin, comme vous le savez sans doute, Tourisme Québec s'est vu accorder lors du dernier discours du budget 3 millions de dollars de crédits additionnels pour les trois prochaines années afin de poursuivre le développement du programme qualité et d'assurer son implantation.

En ce qui concerne la promotion touristique, je suis particulièrement fier de la campagne publicitaire que nous avons menée sur le marché américain, au cours de l'hiver dernier, conjointement avec nos partenaires. Pour la première fois, neuf personnalités de même qu'une entreprise culturelle ont accepté bénévolement d'appuyer nos efforts de mise en marché sur le marché américain. Vous me permettez de remercier Mmes Céline Dion, Myriam Bédard, Kathy Reichs, de même que MM. Raymond Bourque, Charles Dutoit, Oscar Peterson, Jean-Luc Brassard, Roy Dupuis — ça a l'air que c'est quelqu'un aux États-Unis, toute une vedette — André-Philippe Gagnon et les dirigeants du Cirque du soleil pour leur participation à cette campagne.

Le Québec a beaucoup à offrir aux touristes américains durant la saison hivernale et c'est pour cette raison que nous avons choisi d'investir 9 millions pour une deuxième année consécutive, bien sûr en collaboration avec nos partenaires de l'industrie touristique. Mais 9 millions, c'est deux fois plus pour faire la promotion de l'hiver que pour faire la promotion de l'été sur le marché américain. Alors, c'est donc dire que nous mettons beaucoup d'efforts parce que nous savons qu'il y a un potentiel là et qu'il y a une clientèle qui est intéressée aux produits que le Québec a à offrir durant la saison hivernale.

L'hiver 1998-1999 aura été exceptionnel. Nous avons réussi à attirer 82 000 touristes américains de plus que l'hiver précédent, soit une augmentation de 17 %. Cette très bonne performance nous a d'ailleurs permis de dépasser largement celle de l'Ontario, qui était de 5 %, et aussi la moyenne canadienne, qui était de 12 %. On voit que notre concurrent le plus important parmi les provinces canadiennes, en ce qui concerne le marché américain, c'est la Colombie-Britannique avec les produits d'hiver qu'elle a à offrir.

Les résultats préliminaires pour l'hiver 1999-2000 indiquent que nous avons encore une fois adopté une stratégie gagnante sur le marché américain. En décembre 1999, nous avons enregistré une hausse de 10,1 % de la clientèle américaine par rapport à 1998, et en janvier 2000 l'augmentation était de 14,1 % par rapport à janvier 1999. Encore une fois, ces augmentations sont supérieures à celles de l'Ontario et supérieures à la moyenne générale canadienne. Vous conviendrez avec moi que cela représente des résultats probants de l'efficacité de notre

politique et de notre stratégie de partenariat avec l'industrie touristique québécoise.

En ce qui concerne le marché québécois, Tourisme Québec et différentes associations touristiques régionales ont, pour la première fois, uni leurs efforts sous un même thème, favorisant ainsi une offre plus concrète et une visibilité médiatique significativement plus élevée. Sur le thème *Les vacances au Québec, c'est l'idéal*, des messages de télévision d'une durée de 30 secondes ont présenté un large éventail des activités et possibilités qu'offrent les vacances au Québec.

De plus, les régions du Saguenay—Lac-Saint-Jean et de la Gaspésie se sont arimées au même thème afin de promouvoir leur destination respective auprès des Québécoises et des Québécois pour la saison estivale. C'est la même enveloppe. Si vous avez remarqué ces messages-là, il y avait le message général de Tourisme Québec, et les régions qui acceptaient de se joindre à cette campagne publicitaire avaient le même cadre avec même ouverture, même fermeture. Quant à la région de Québec, elle s'est jointe aux efforts promotionnels communs lors de la campagne d'hiver. Chacun se positionne au moment où il choisit, où il le voit opportun de le faire.

Enfin, en ce qui concerne le marché européen, j'aimerais attirer votre attention sur un exemple intéressant de promotion conjointe. Vous vous rappellerez que, le 11 juillet 1997, le premier ministre du Québec et le gouverneur de la Pennsylvanie signaient une entente de coopération et qu'un des volets de cette entente, justement, concernait le domaine touristique. Le Québec et la Pennsylvanie ont plusieurs intérêts communs en ce qui a trait à la promotion touristique.

D'abord, tous les deux ont des traditions historiques importantes: Philadelphie est le berceau des États-Unis, à tout le moins le berceau des institutions américaines, et le Québec est le berceau de la Nouvelle-France. De plus, des événements culturels d'envergure ont lieu à Philadelphie et à Montréal. Tout en misant sur ces aspects, les deux destinations désirent se présenter comme des destinations modernes et vivantes, et je dirais aussi que les deux ont le même problème, puisqu'ils sont entre des marchés comme le marché new-yorkais et les chutes Niagara.

Donc, à la suite de ces rencontres, les représentants de Tourisme Québec et de la Pennsylvanie ont développé des marchés en France, en Allemagne et au Royaume-Uni, et, lors d'un voyage, nous avons lancé une campagne sur ces marchés qui proposent des forfaits dans lesquels les voyageurs vendent Philadelphie, Toronto, Québec, Montréal et New York.

● (9 h 50) ●

Je voudrais aussi vous parler bien sûr de *bonjourquébec.com* qui sera un des éléments importants de la stratégie pour positionner le produit touristique québécois. Ça sera la première inforoute consacrée à l'industrie touristique et aux consommateurs. Pour les consommateurs, ce sera un guichet regroupant l'ensemble de l'information disponible pour les produits touristiques québécois, disponible 24 heures par jour sur Internet, sept

jours par semaine, cela va de soi. Nous espérons très bientôt être en mesure de pouvoir lancer cet outil essentiel pour le développement du produit touristique avec nos partenaires habituels. Les entreprises qui auront leur propre adresse électronique afin de diffuser une description complète de leurs produits et services pourront le faire sur notre centre d'affaires électronique.

Enfin, je m'en voudrais de passer sous silence la puissante possibilité pour les régions touristiques qui le désireront d'ajouter de l'argent supplémentaire pour leur promotion. Vous aurez compris que je fais allusion à l'application du 2 \$ la nuitée déjà en vigueur pour les régions de Laval et de Montréal. Vous savez qu'il s'agit d'une mesure de financement volontaire qui est entièrement dédiée à la promotion des régions pour lesquelles elle a été perçue et que le produit de cette taxe perçue par les hôteliers est entièrement retourné à la région touristique. Si cette mesure était en application pour tout le Québec, ça représenterait des sommes additionnelles de 25 millions de dollars qui iraient à la promotion touristique.

J'aurai le plaisir, au cours de la Semaine nationale du tourisme qui aura lieu du 7 au 13 mai prochain ici, à Québec, dans la région, de rendre publics les chiffres complets concernant notre performance en matière touristique pour l'année 1999. Comme 1998, 1999 aura été une année faste pour toute l'industrie touristique et j'aurai donc d'excellentes nouvelles.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): À ce moment-ci, M. le ministre, je suis obligée de vous interrompre. Je ne sais pas s'il vous reste très long de votre présentation. À moins qu'il y ait un consentement pour que le ministre termine.

M. Arseneau: J'aurais voulu prendre une minute pour parler du Centre des congrès de Québec et je termine là-dessus.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Je comprends qu'il y a consentement. Alors, M. le ministre, vous pouvez poursuivre.

M. Arseneau: Merci beaucoup, Mme la Présidente. Merci beaucoup à la députée de Jean-Talon.

Du côté de la Société du Centre des congrès de Québec, il est de mise là aussi d'affirmer que nous avons d'excellentes nouvelles. En effet, les résultats obtenus au cours de la dernière année démontrent clairement — et le sourire du président-directeur général peut en témoigner — que les stratégies mises de l'avant dans le plan quinquennal de la Société portent déjà des fruits, et ce, principalement sur la part du marché du produit congrès.

Des estimés pour 2000-2001 nous permettent déjà d'annoncer une augmentation de 43 % de cette part de marché par rapport à 1997-1998. Les congrès de calibre international ou américain sont en nette progression. De plus, au cours de l'année 1999-2000, les revenus d'événements ont eux aussi augmenté de façon notable, soit de 24 %. En maintenant le cap sur les objectifs énoncés dans

son plan d'affaires, la Société s'approche rapidement de l'atteinte de son objectif, soit d'offrir à la capitale nationale un centre des congrès de classe internationale où l'expérience client est totalement satisfaisante.

En terminant, Mme la Présidente, je tiens à saluer tous ces gens qui font de l'industrie touristique une industrie dynamique, moderne, audacieuse. Le Québec possède tous les outils nécessaires pour se tailler une place enviable au sein des grandes destinations touristiques mondiales. Il convient maintenant de tout mettre en oeuvre, dans le respect des gens, de notre environnement, de notre culture, bref de tout ce qui fait que le Québec est une destination incontournable en Amérique du Nord, pour profiter pleinement de l'essor phénoménal que connaîtra le tourisme à l'échelle internationale. Je vous remercie, Mme la Présidente.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Merci, M. le ministre. Alors, Mme la députée de Jean-Talon, pour vos remarques préliminaires.

Mme Margaret F. Delisle

Mme Delisle: Merci, Mme la Présidente. Alors, j'aimerais, avant de débiter, vous présenter les gens qui m'accompagnent: Mon attachée politique, Nicole Leblanc; et Isabelle Migneault, qui travaille aussi également sur ce dossier, qui est attachée au service de recherche avec nous.

Mme la Présidente, chers collègues, M. le ministre, M. le président-directeur général de la Société du Centre des congrès... Je voudrais saluer aussi particulièrement les gens qui travaillent à Tourisme Québec. Ça me fait plaisir. On ne se voit pas souvent, je pense souvent à vous. Mais disons que c'est une occasion inespérée, lors de l'étude des crédits, de pouvoir discuter en tout cas de visions et aussi de politiques en matière — celle qui nous concerne aujourd'hui — de tourisme.

Alors, l'engagement du gouvernement envers le tourisme fait partie de tous les discours. D'ailleurs, ce matin, évidemment, on a entendu parler beaucoup de politiques de promotion, très peu de développement, mais beaucoup de promotion. Aucune occasion n'est perdue, pas un seul discours, une présentation, pas un texte dans un document officiel, une intervention du ministre délégué, pour mettre en évidence l'importance de la contribution touristique au développement économique du Québec, à son essor social et culturel.

On en parle lorsqu'il est question de création d'emplois, de la diversification des économies régionales, de la mise en valeur du patrimoine naturel et culturel du Québec, lorsqu'on parle aussi du développement durable, de la balance commerciale, du produit intérieur brut. Toutes les occasions sont bonnes pour parler de l'importance de cette industrie touristique. Le discours, d'ailleurs, que le ministre délégué au Tourisme vient tout juste de nous livrer en est un exemple concret.

C'est vrai que l'industrie touristique québécoise connaît depuis quelques années une progression plus qu'intéressante et que les prévisions quant à l'avenir de

cette activité économique majeure sur le plan mondial sont des plus prometteuses pour le Québec qui devrait vraisemblablement en retirer des dividendes — du moins, si on se fie aux résultats obtenus depuis les deux dernières années — au niveau de la croissance des recettes touristiques internationales.

Il est également vrai que le nombre d'emplois directs et indirects dans le domaine touristique se situe au-delà de 150 000 et que le déficit commercial, qui était de 1,2 milliard de dollars, a été réduit à 369 millions de dollars entre 1993 et 1998. Ces faits, et beaucoup d'autres, méritent en effet d'être soulignés et appréciés. Cependant, toute chose étant relative, il n'est pas inutile non plus de les mettre en perspective et de les comparer avec la réalité d'autres localités, d'autres milieux, afin de mieux évaluer le poids relatif de nos exploits et de nos véritables progrès... Je m'excuse?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): C'est parce qu'on a un petit peu de difficulté. Je m'excuse, Mme la députée de Jean-Talon. On avait une petite difficulté pour vous entendre correctement. Mais je pense que ça devrait aller mieux.

Mme Delisle: Ça va?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui.

Mme Delisle: Par exemple, si, d'une part, je compare les recettes touristiques du Québec en 1998, qui sont de 5,6 milliards de dollars, par rapport à celles qu'il avait obtenues en 1997 avec 4,8 milliards de dollars, je suis en mesure de constater que le Québec a connu une augmentation de 800 millions de dollars de celles-ci, ce qui peut représenter à première vue un gain appréciable.

Par contre, si je compare nos recettes touristiques avec l'augmentation des recettes enregistrées par notre province voisine, l'Ontario, qui étaient de 15,8 milliards en 1998, contre 14,1 milliards de dollars en 1997, je constate que cette province a connu pour sa part une augmentation de 1,7 milliard de dollars de recettes pour la même période. Ce qui représente une progression deux fois plus importante que celle enregistrée par le Québec.

J'utilise l'Ontario comme point de comparaison parce que c'est celui qu'utilise régulièrement le ministre des Finances quand il parle d'économie de développement, de modèle d'intervention ou qu'il cite des statistiques. J'avoue qu'on fait la même chose. De plus, c'est quand on regarde les diverses statistiques sur une base plus globale qu'on peut mesurer encore mieux l'écart phénoménal qui sépare les résultats de l'activité économique touristique de nos deux provinces.

En effet, l'écart de 10,2 milliards de dollars — je répète, là, 10,2 milliards de dollars — en revenus touristiques pour la seule année de 1998, en faveur de l'Ontario, à mon avis, ce n'est pas banal, ce n'est pas rien, c'est l'équivalent du budget du ministère de l'Éducation et ça représente presque deux fois les recettes touristiques totales enregistrées au Québec la même année.

Si on compare l'évolution des recettes touristiques des deux provinces au fil des années, on constate que les recettes touristiques enregistrées par le Québec en 1998, qui représentent un sommet pour nous, correspondent à celles obtenues par l'Ontario en 1981. Autrement dit, la performance du Québec en 1998, sur le plan des recettes touristiques, accuse un retard de près de 10 ans sur celles de l'Ontario. Je n'ai pas inventé ces statistiques-là, on les retrouve dans des documents qui sont disponibles pour tout le monde.

• (10 heures) •

Donc, pour l'Ontario, il s'agit d'une augmentation de 4,1 milliards de dollars de recettes touristiques annuelles par rapport à 1994, donc une progression de 35 % de ses résultats. Pour le Québec, durant cette même période, notre progression est de 900 millions de dollars — je veux dire que c'est sûr que c'est important, je ne veux pas dire que ça ne l'est pas — donc une augmentation de 19 % ou, si l'on veut, un rythme deux fois plus lent qu'en Ontario, et ce, dans le même contexte de croissance économique nord-américain et avec un même taux de change favorable au Québec.

Il va sans dire que cet écart phénoménal de recettes touristiques a des conséquences directes majeures sur l'économie québécoise, et ce, à divers niveaux. Qu'on pense à l'emploi, c'est entre 200 000 et 220 000 emplois en moins liés à l'industrie touristique pour le Québec. À titre d'exemple, le journal *Les Affaires* — je pense que tout le monde a pu le lire — en octobre 1999, a publié un article intitulé *Le tourisme crée un nouvel emploi sur 10, entre autres, à Montréal*. Donc, il y a un potentiel absolument extraordinaire. Je ne suis pas en train de démontrer que le tourisme va mal — je veux juste le rappeler à tout le monde — mais je vais vouloir démontrer au fil de l'étude des crédits que, à mon avis, il y a place pour amélioration, puis peut-être qu'il y a des cibles qu'on devrait regarder davantage par rapport à d'autres.

Sur le plan des investissements et du développement, ça signifie un retard significatif dans l'implantation de programmes de qualité et de conformité aux normes internationales, dans la diversification de l'offre touristique, dans la consolidation des entreprises touristiques, dans l'investissement dans les infrastructures majeures et dans le développement durable.

Le ministre délégué tout à l'heure a parlé beaucoup, beaucoup, beaucoup de promotion. Puis je ne suis pas contre la promotion, mais pas du tout. On investit énormément dans la promotion et, en regardant les crédits, après avoir passé une année à tenter de comprendre cette industrie et comment ça fonctionne, je m'aperçois qu'on investit très, très peu dans le développement. On aura l'occasion d'en reparler, M. le ministre. Pour l'État, ce sont des rentrées en impôts et en taxes de toutes sortes prélevés sur les dépenses des visiteurs et sur les investissements et des recettes fiscales pour les municipalités qui ne sont pas là. Alors, pour la performance économique comparative des recettes touristiques, j'aurai aussi l'occasion de revenir là-dessus, là, les comparaisons entre le Québec et l'Ontario.

Je le mentionnais au début, ce gouvernement parle du tourisme en termes très flatteurs — il a raison de le faire — et le qualifie de secteur d'activité porteur d'avenir, et il le rappelle à chaque occasion, le rappelle dans ses interventions — il a raison également de faire ça. Donc, pourquoi constate-t-on, à l'étude des crédits qu'il alloue à Tourisme Québec en début de chaque année et depuis qu'il est en poste, une diminution constante de ces crédits?

Il faut rappeler que ce gouvernement, le gouvernement du Parti québécois, a développé une façon très particulière de présenter les budgets, façon, d'ailleurs, qui lui est reprochée par le Vérificateur général. En effet, pour Tourisme Québec, on a l'habitude d'accorder presque l'équivalent de 50 % de son budget annuel total sous forme de crédits supplémentaires périmés en fin d'année fiscale. Le moins qu'on puisse dire, c'est que cette façon de procéder ne favorise certainement pas une véritable planification et une élaboration de projets de développement.

D'ailleurs, plusieurs de nos interlocuteurs, des gens qu'on a vus sur le terrain, nous ont dit ne pas comprendre le bien-fondé d'une telle pratique qui, leur semble-t-il, envoie un message de non-confiance aux gestionnaires de Tourisme Québec, suscite la méfiance au sein de l'industrie sur l'utilisation et la distribution de ces crédits supplémentaires dont l'élasticité me laisse croire que la règle des enveloppes fermées ne s'applique pas à Tourisme Québec.

Mais il y a encore plus paradoxal pour qui observe l'évolution de Tourisme Québec, toujours dans le contexte où ce gouvernement dit considérer ce secteur d'activité sous l'angle d'une industrie à part entière. J'aimerais à ce moment-ci vous parler du statut de Tourisme Québec. Ni le présent ministre ni moi-même n'avons connu l'époque, pas très lointaine, où la ventilation des crédits de Tourisme Québec était répartie de façon très différente. Il est cependant très intéressant de se rappeler ce qu'était le ministère du Tourisme, puis je vais prendre une année de référence, c'est 1994-1995, donc où les gouvernements, là, se sont remplacés.

La ventilation des crédits qui lui étaient alloués nous permet de mieux voir les responsabilités qui découlaient du mandat du ministre responsable du Tourisme. On se rappellera que, dans les crédits 1994-1995, on retrouvait Tourisme Québec avec un budget de 42 millions — j'arrondis, là, 43 millions. On retrouvait aussi, sous la responsabilité du ministre du Tourisme, la Société du Palais des congrès de Montréal, la Société du Centre des congrès de Québec, la Régie des installations olympiques et la Société des établissements de plein air.

Aujourd'hui, alors que ce gouvernement dit voir le tourisme comme un secteur d'activité d'importance stratégique pour le développement économique du Québec en ce début de siècle et qu'il a publié en 1998 une politique d'intervention touristique, voici ce qu'on lit aux crédits dévolus à Tourisme Québec pour 2000-2001: Tourisme Québec, 39 millions; Société du Centre des congrès, 14 millions — j'insiste, là, pour dire que j'ai arrondi. L'an dernier à la même période, les crédits étaient de 59 millions. On a donc une diminution de 5,7 millions.

À ce moment-ci, je ne veux pas m'arrêter au budget de Tourisme Québec, mais je veux plutôt mettre en évidence le fait que Tourisme Québec n'est plus aujourd'hui que l'ombre d'un ministère — je comprends que ce n'est pas un ministère, mais c'est quand même important, là, Tourisme Québec — et c'est une coquille qui, à mon avis, devient de plus en plus vide, et vous m'en voyez fort attristée. Je pense que tout le monde peut constater que les responsabilités confiées au ministre délégué au Tourisme rétrécissent comme peau de chagrin.

Pourtant, lorsqu'on y regarde de plus près, on constate un regroupement dans un autre ministère, sous la responsabilité d'un autre ministre, de responsabilités qui s'apparentent étrangement au tourisme et qui se retrouvent sous une organisation structurée, complète et autonome. En effet, ces activités de tourisme et de loisir sont chapeautéées par une toute nouvelle société d'État, la Société de la faune et des parcs, la FAPAQ, récemment créée — le 18 juin 1999 — et munie d'un budget de 84 millions de dollars.

Cette société a la responsabilité de la SEPAQ. Chiffre d'affaires: 55 millions. Une entreprise commerciale à but lucratif qui doit s'autofinancer et dégager des profits. Elle gère les établissements, les équipements, les infrastructures de 20 parcs provinciaux et de 14 réserves fauniques. Elle est le chef de file dans la gestion d'équipements d'activités de loisir et de plein air. Elle est le plus grand fournisseur de services dans le secteur du camping avec 5 200 emplacements.

La FAPAQ est aussi responsable des 62 zecs du Québec à qui on vient de confier un nouveau mandat d'hébergement. Elle est responsable des 710 pourvoirs au Québec, du développement durable, de la sécurité. La FAPAQ s'occupe aussi des études scientifiques et économiques, des inventaires, de sa promotion, de son information, des règlements, de l'émission de permis, bref elle est autonome. Drôle de coïncidence quand on se rappelle que l'actuel ministre des Transports, qui est ministre délégué responsable de la FAPAQ, avait déclaré il y a quelques années que le tourisme et la pêche prendraient une allure tout autre s'il n'en tenait qu'à lui. On dirait bien qu'il a tenu parole.

J'aimerais rappeler au ministre délégué au Tourisme que son gouvernement avait fait du tourisme une priorité et convoqué en mars 1997 un forum de l'industrie touristique auquel 200 personnes invitées, issues de divers secteurs, régions et ministères, avaient participé. Les délibérations de ce Forum, nous a-t-on dit, ont influencé l'actuelle politique de développement touristique.

Aujourd'hui, au moment où les budgets de dépenses nous sont présentés pour étude, on lit dans les documents que la croissance de l'industrie touristique québécoise est largement tributaire des marchés internationaux. Et, malgré des éléments positifs, relever ce défi sera une entreprise de taille pour le Québec pour diverses raisons qu'il énumère dont, d'une part, la nécessité de maintenir l'augmentation des budgets destinés aux marchés extérieurs, ce qui laisse croire que ça pose problème — on comprend, quand on sait de quelle façon on accorde les

crédits à Tourisme Québec — et, d'autre part, parce que l'industrie touristique québécoise demeure fragmentée et ne facilite pas la concertation, il est vrai, au plan interrégional, entre régions, entre le gouvernement et même l'intragouvernemental.

Qu'attend le ministre délégué au Tourisme pour véritablement jouer son rôle de rassembleur? Dans tous les documents qui sont mis à notre disposition pour faire l'étude des crédits, il y a très peu de chiffres, parce qu'il n'y a pas beaucoup de budget, mais il y a beaucoup d'écrits. Puis je suis d'accord avec ces écrits-là, là. Je ne suis pas en train de critiquer les objectifs qui sont visés par Tourisme Québec. Mais on y voit beaucoup «concertation régionale», «rassembleur», «rôle de rassembleur», «chef de file».

Mais ça me chagrine beaucoup — je suis sincère quand je dis ça — de voir qu'il ne reste presque plus rien à gérer à Tourisme Québec. Il y a de la promotion, c'est vrai. Mais, dans tout le volet développement — puis je vous le dis, je vais insister énormément là-dessus — il n'y a rien ou presque rien. Pour moi, un chef de file, quelqu'un qui est un rassembleur, c'est quelqu'un qui a de la vision, puis le quelqu'un, c'est le gouvernement, là, quelqu'un qui a de la vision. Comment peut-on penser qu'on a de la vision, qu'on peut exercer un certain leadership, quand on laisse aller, entre autres, qu'on ne se débat pas pour garder tout ce qui touche l'ensemble de l'industrie touristique.

● (10 h 10) ●

J'ai, l'année dernière, regardé avec beaucoup d'intérêt, cherché à comprendre qu'est-ce qui était arrivé à partir du ministère du Tourisme, qui est devenu Tourisme Québec, puis comment ça s'articule aujourd'hui. S'il est vrai que, lorsque le Parti libéral du Québec avait adopté son projet de loi pour créer une société différente d'un ministère, le Parti québécois avait été contre cette structure-là — c'était peut-être de bonne guerre, on laissera la population en décider puis l'histoire la commenter — il n'est pas vrai qu'on a gagné au change, à mon avis, et que l'industrie touristique pourrait, avec un ministère ou avec un Tourisme Québec, avec des crédits qui lui sont alloués pour faire davantage de développement, accompagner davantage l'industrie touristique.

J'offre au ministre de l'aider, s'il le souhaite, s'il a un projet ou un plan ou une table de concertation qu'il veut créer. Je pense qu'on est rendu à un carrefour à ce moment-ci. Oui, il y a une politique qui a été votée par le ministre Cliche il y a sept ans, dans un contexte qui a beaucoup, beaucoup évolué, et je pense qu'il est temps maintenant de revoir cette stratégie gouvernementale et d'entendre ceux qui ont une vision de l'avenir et du développement touristique du Québec. Un important virage est nécessaire, urgent, et une vraie concertation entre les acteurs de l'industrie et le gouvernement s'impose.

Je sais qu'il existe une table. Le Forum existe; ce Forum-là s'est réuni une fois, à moins qu'il se soit réuni dans les dernières semaines. Et l'industrie demande à avoir une présence beaucoup plus accrue et qu'il y ait une table qui soit davantage réunie de façon non seulement

concertée, mais plus fréquente. Ce n'est pas en réunissant, une fois par année, des gens qu'on peut suivre facilement l'évolution de ce milieu-là.

Alors, je répète: Il est temps de repenser la stratégie gouvernementale, d'entendre ceux qui ont une vision de l'avenir et du développement touristique au Québec. Un important virage est nécessaire, voire urgent. Une vraie concertation entre les acteurs de l'industrie et le gouvernement s'impose, et ce, en présence de tous ceux qui s'intéressent à l'avenir du tourisme au Québec et non uniquement avec des heureux invités choisis minutieusement, parce que le tourisme se vit et se déroule en présence de toute la population québécoise. Je vous remercie, Mme la Présidente.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Merci, Mme la députée de Jean-Talon. M. le député de Gaspé, vous m'avez signifié que vous aviez une courte remarque préliminaire à effectuer?

M. Guy Lelièvre

M. Lelièvre: Oui, merci, Mme la Présidente. Alors, M. le ministre, mesdames et messieurs du ministère, je suis très heureux d'entendre aujourd'hui que la critique en matière de tourisme de l'opposition officielle questionne les choix antérieurs de sa propre formation politique.

Je dois dire que, depuis que le gouvernement du Parti québécois a été formé en 1994, il y a beaucoup d'analyses qui ont été faites et également de décisions qui ont été prises. Je pense, entre autres, à tout le réseau des parcs du Québec, avec la nouvelle politique dont on vient de se doter au Québec afin de pouvoir avoir des parcs de niveau encore plus élevé que ce que nous avons à l'heure actuelle. Je ne dis pas que ceux que nous avons ne sont pas à un niveau élevé, mais il y a une qualité qui va se développer davantage dans les années à venir.

D'autre part, au niveau des réserves fauniques, il faut se souvenir que les réserves fauniques — vous y avez fait allusion — étaient anciennement à Environnement et Faune, toujours dans un état de difficultés financières. Depuis qu'on a fait une délégation à la SEPAQ, on est en train d'établir un réseau complet à l'échelle du Québec, avec une synergie entre les différentes réserves fauniques et, d'autre part, l'association du milieu aux prises de décisions.

Dans le milieu, les régions, les associations locales qui ont toujours aidé, les bénévoles qui ont bâti à bout de bras, avec des moyens très, très peu élevés au niveau financier et aussi beaucoup de cœur et beaucoup d'énergie, beaucoup de sentiment d'appartenance, ont développé un réseau de réserves fauniques qui est quand même extraordinaire et qui génère des millions de dollars annuellement; que l'on pense à la chasse, à la pêche, etc.

Les zecs, c'est un petit peu plus particulier. Oui, on vient de doter, dans le fond, peut-être les zecs d'un outil supplémentaire au niveau de l'hébergement, le gouvernement a eu des demandes qui ont été faites à ce sujet-là. Il faut regarder aussi maintenant comment on va

le faire, comment on va l'implanter. D'autre part, il y a beaucoup de Québécois et beaucoup d'étrangers qui viennent au Québec justement pour profiter des attraits que nous avons à ce niveau-là.

Moi, il y a un élément important qu'il y a dans la politique aussi, M. le ministre, qu'on va devoir discuter ce matin, c'est toute la question de la présence des régions dans les stratégies de développement, entre autres dans la stratégie de développement de l'offre. Tout à l'heure, vous parliez du forum national, le forum permanent, vous disiez également que bientôt il y aura une rencontre et qu'une politique sera connue.

Alors, je trouve ça très intéressant — je ne sais pas dans quelle mesure vous pouvez nous en parler aujourd'hui — je pense, que les régions du Québec, les régions dites éloignées des grands centres de Québec et Montréal, puissent bénéficier également d'une stratégie nationale. Sans les régions, le Québec ne serait pas ce qu'il est. Et c'est pour ça que, je pense, dans le domaine touristique, la Gaspésie ou les autres régions du Québec voient leur développement sur une base plus large que la période estivale. L'automne, l'hiver, le printemps, il y a des gens qui viennent nous rendre visite. Même actuellement, le tourisme est commencé en Gaspésie déjà, il y a des Européens qui voyagent au printemps, qui viennent voir qu'est-ce qui se passe par chez nous, puis c'est intéressant. L'automne, c'est la même chose, c'est une saison où on a beaucoup de visiteurs. L'été, tout le monde est confondu, mais on sait qu'il y a une forte proportion d'Européens qui traversent en Gaspésie.

Donc, moi, c'est surtout la promotion et l'organisation, et également le financement. Vous avez parlé du financement. Je pense qu'au cours de cette étude des crédits nous devrions peut-être nous interroger sur une façon plus large de financer, dans le fond, le développement de la promotion touristique, le financement de la promotion touristique.

On a ciblé, dans un premier temps, les nuitées par un coût particulier sur la chambre d'hôtel. Mais il n'y a pas juste les hôtels qui en bénéficient, des retombées touristiques, il y a l'ensemble des commerces des régions qui en bénéficient, et je pense que nous devrions nous interroger, tant l'opposition que les députés de l'aile parlementaire, à savoir quelle formule on pourrait utiliser soit, par exemple, par une contribution sur les permis de l'ensemble des établissements, que ce soit les stations-service, les dépanneurs, tous ceux qui bénéficient de très près des retombées touristiques, alors qu'ils contribuent très peu au financement de l'offre, de la promotion. Alors, Mme la Présidente, je vais m'arrêter là-dessus.

Discussion générale

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Merci, M. le député de Gaspé. Comme je n'ai pas d'autres collègues qui ont demandé de faire des remarques préliminaires, on pourrait donc passer à la période d'échanges. Alors, là-dessus, je serais prête à vous reconnaître, Mme la députée de Jean-Talon.

Société du Centre des congrès de Québec

Mme Delisle: Merci. Alors, à ce que j'ai compris, Mme la Présidente, c'est qu'on parlerait maintenant du Centre des congrès. Est-ce que tout le monde est d'accord? O.K. Alors, M. Pinault, bienvenue, et aux gens qui l'accompagnent.

Je voudrais d'abord vous dire que j'ai lu avec beaucoup d'intérêt — je l'ai apporté pour vous montrer qu'il est annoté — le plan d'affaires de la Société du Centre des congrès, le plan de 1999 à 2004. Je sais que votre équipe et vous-même avez consacré beaucoup de réflexions et d'énergie, de temps, je connais la rigueur du président-directeur général. Alors, c'est tout à son honneur qu'il ait souhaité avoir ce plan d'affaires, cette bible, qui peut guider évidemment non seulement sa gestion, la gestion de la Société du Centre des congrès, mais c'est aussi de bons indicateurs pour les gens qui s'interrogent et se questionnent sur où s'en va la Société dans les prochaines années. J'imagine également, M. le ministre, que vous avez donné votre imprimatur à ça, que ce n'est pas quelque chose qui est sorti, là, des nues, vous avez certainement donné votre imprimatur avant que ce soit rendu public. Je sais aussi que Tourisme Québec, j'imagine, tient compte, évidemment, dans sa planification, là, de ce que l'on retrouve dans le plan d'affaires.

On retrouve, dans le plan d'affaires — vous me permettez de retrouver ma feuille que j'ai gentiment perdue — la liste, la nomenclature des forces, des faiblesses, des contraintes et des opportunités. Vous me permettez d'en lire quelques-unes. Sur les forces, on les connaît pas mal toutes, là: le produit Québec, la localisation du Centre des congrès à proximité du Vieux-Québec, le taux élevé de satisfaction des clients, c'est un équipement qui est relativement neuf, donc, même si on doit voir à son maintien et à l'entretien de ses immobilisations, il n'en demeure pas moins qu'on ne parle pas d'un équipement qui est désuet.

Par contre, lorsqu'on regarde les principales faiblesses, je vous en lis quelques-unes: la notoriété du Centre sur le marché hors Québec...

• (10 h 20) •

M. Pinault (Claude): C'est quelle page?

Mme Delisle: Pardon? C'est à la page 21, M. Pinault.

M. Pinault (Claude): Vous vous y retrouvez plus que moi, madame.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Delisle: Ça vous donne une idée que je l'ai lu, hein. On dit que son positionnement est presque uniquement provincial; on parle d'un retard accusé dans les efforts de démarchage; on parle de la faible concentration évidemment des chapitres locaux d'associations d'envergure nationale et nord-américaine; la taille de la force de vente régionale, c'est dans les faiblesses.

Mais on parle aussi des principales opportunités: la valeur attractive de la région de Québec comme destination touristique; la présence d'une université reconnue et d'un parc technologique; la présence de plusieurs centres de recherche; la qualité, la diversité et la renommée de la restauration; la présence d'un environnement sécuritaire; la proximité du centre-ville de la nature et des grands espaces pour les activités de plein air et d'autres particularités qui sont inhérentes à la capitale.

À la page 23, là, la politique de développement touristique à laquelle le ministre faisait allusion tout à l'heure, on parle du positionnement de Québec, et vous me permettez de lire: «Positionnement du Québec comme destination de choix sur le marché des congrès. Montréal et Québec disposeront, au tournant du siècle, d'installations renouvelées en matière de congrès. Toutefois, ça ne suffira pas à doter le Québec d'avantages concurrentiels, car la compétition est vive en Amérique du Nord dans ce créneau hautement lucratif. Il faut donc faire plus et même innover.

«Pour cela, deux moyens sont privilégiés: l'intensification de la prospection de congrès, en particulier des congrès américains et des congrès internationaux. De concert avec les offices de tourisme de Montréal et de Québec, on intensifiera le démarchage dans certaines villes stratégiques aux États-Unis et en Europe.» Et l'autre mesure, c'était l'établissement de mesures afin d'inciter les organisateurs de congrès à opter pour le Québec.

Compression budgétaire

J'ai souvent entendu dire M. Pinault — parce qu'on s'est connus dans une autre vie — que «les dépenses se conjuguent au présent — et je vous cite presque au texte, j'espère que je ne me trompe pas — et les revenus se conjuguent au futur». Fin de la citation. J'en comprends de ça, M. Pinault, qu'il faut investir de façon continue dans nos équipements majeurs. Je suis parfaitement d'accord aussi, je suis du même avis que ceux qui pensent que le Centre des congrès, ce n'est pas juste un équipement municipal qu'on peut subventionner au bon gré des élus, quels qu'ils soient, mais que c'est un équipement dans lequel il faut investir continuellement.

Alors, j'aimerais, M. Pinault, que vous m'expliquiez de quelle façon le manque à gagner de 1 067 000 \$ affecte le Centre des congrès dans son démarchage et dans son développement.

Le Président (M. Lelièvre): Alors, si vous le permettez, à titre de président, naturellement, la question est adressée au ministre habituellement, et le ministre décide de confier la parole à ses interlocuteurs. Et, pour les fins d'enregistrement, pour la transcription de nos débats, j'apprécierai recevoir votre collaboration pour que je puisse identifier les personnes avant qu'elles prennent la parole. Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Oui, Alors, la députée de Jean-Talon a fait un long préambule quant aux forces, aux faiblesses

et contraintes que rencontrait la Société du Centre des congrès pour se positionner, pour finalement arriver à la question des compressions qui ont été imposées à la Société du Centre des congrès.

Moi, ce que je veux mettre en lumière en regard de la Société du Centre des congrès de Québec, c'est que cette Société-là gère un équipement qui est ultramoderne. L'investissement du gouvernement du Québec, là-dessus, n'a pas manqué. Le Centre des congrès de Québec est un des plus beaux centres des congrès qui existent en Amérique du Nord, à tout le moins de ceux qu'on a pu visiter et de ceux que j'ai pu visiter avec M. Pinault au cours de la dernière année et demie. C'est un équipement qui est récent, qui est neuf, qui est bien positionné et, là-dessus, je pense que le gouvernement a investi amplement pour doter Québec et sa région d'un équipement de classe et de calibre international.

La façon dont le gouvernement du Québec a géré les finances publiques, je pense, est remarquable et, en ce sens, Tourisme Québec, comme les autres ministères du gouvernement, a été appelé à consentir des efforts quant à l'assainissement des finances publiques. En ce sens-là, moi, je n'ai pas vraiment de problème ou de difficulté à demander à une société qui, je dirais, l'an 2 et l'an 3 — c'est comme ça qu'ils parlent, M. Pinault pourra vous l'expliquer tantôt dans son vocabulaire à lui — a montré des performances extraordinaires et fantastiques en termes d'augmentation de l'autofinancement, à demander à cette Société, justement, de collaborer à l'assainissement des finances publiques. Si la Société avait été en difficulté — ça a déjà été le cas — que des problèmes l'empêchent, peut-être, de connaître une expansion et un taux de croissance comme celui qui est souhaité, peut-être qu'on aurait pu tenir compte de ces facteurs.

Mais je voudrais juste vous mentionner que, quand on regarde les dépenses qui ont été consenties par la Société du Centre des congrès en termes de promotion pour aller positionner, justement, le Centre des congrès et Québec sur les marchés étrangers — un des problèmes, justement, du Centre des congrès, c'était que la clientèle était essentiellement au Québec, et il fallait déborder sur les marchés étrangers — alors, je vous dirai que, par exemple, en 1999-2000, la Société du Centre des congrès a investi, en termes de promotion et de campagnes publicitaires, campagnes spéciales, 146 000 \$ comparativement à 99 000 \$ en 1998-1999.

Mais surtout, quand on regarde la performance, les dépenses totales engendrées en l'an 3 — l'an 3, qui est, M. Pinault vient de me le donner, 1998-1999 — par les événements qui se sont tenus au Centre ont été de 70 millions, soit 13 % de plus que l'an 2, qui étaient de 62 millions. La progression — c'est ça qui est intéressant — la plus importante, plus 30 %, provient des événements originant de l'extérieur du Québec. Alors, c'est là que se fait la progression.

Quand on regarde dans le détail la façon dont la Société du Centre des congrès, c'est-à-dire son directeur général, a ciblé ses campagnes de promotion, il a fait des efforts considérables sur le marché américain et aussi sur

les marchés européens. Et je pense que c'est la catégorie où la Société ou le Centre des congrès de Québec doit se positionner en termes de hauteur ou de niveau d'activité, c'est là que les analyses pointues doivent se faire et je pense que la Société était éminemment en mesure d'absorber les efforts que lui a demandés le gouvernement du Québec.

Alors, si M. Pinault veut peut-être répondre plus spécifiquement à la fin de la question de la députée de Jean-Talon, je n'ai pas d'objection.

Le Président (M. Lelièvre): Alors, M. Pinault.

• (10 h 30)

M. Pinault (Claude): Merci, M. le Président. Mme Delisle, en réponse à votre question sur l'impact de cette compression de 1 million de la subvention d'équilibre du gouvernement, je vous dirais que, pour l'année de référence 2000-2001, ça n'aura pas d'impact. La raison est la suivante: la Société, dans ses états financiers vérifiés — qui apparaissent au rapport annuel, et c'est public — je dirais, avait la chance, entre guillemets, d'avoir un surplus assez appréciable de 1,9 million, ce qui a permis de faire deux choses dans les états budgétaires 2000-2001: un, de pouvoir accepter sans que ça puisse nuire aux objectifs visés par le plan d'affaires, lesquels objectifs, à mon avis très hardis, nous amenaient à presque doubler, entre 1997-1998 et 2004, les ventes, partant de 3 millions et quelque chose pour aller chercher 6,4 millions. Alors donc, ça, c'est le plan.

Alors, à votre question de savoir: Dans notre cheminement vers ce sommet de 6,4 millions de ventes, est-ce que, en 2000-2001, le fait d'avoir, comme tous les ministères, j'ai bien compris, dû supporter une compression de 1 million... En raison de cette présence d'un surplus, ça nous a permis, un, de pouvoir assumer cette décompression, deux, de pouvoir presque doubler, à l'aide de ce surplus-là.

On a décidé, le conseil d'administration, étant donné les faiblesses et l'environnement extrêmement difficile dans lequel nous oeuvrons, de donner un coup de barre monumental en termes de promotion sur les marchés — un peu comme une fusée qu'on lance et on se dit «on a besoin d'une fusée d'appoint» — en doublant presque l'effort de vente et promotion pour cette année.

On a pu se le permettre, en dépit du 1 million — il y en a qui vont dire qu'on est chanceux — et, également, on a pu, selon la philosophie poursuivie par le plan d'affaires, faire les investissements nécessaires au plan d'immobilisation quinquennal pour la programmation 2000-2001, qui a trait, sommes toutes, à des investissements qui sont de nature soit à la mise aux normes du Centre des congrès, poursuivre la mise aux normes en fonction d'une clientèle de plus en plus exigeante, deux, permettre également au Centre des congrès de faire l'acquisition de certains biens qui lui permettent de répondre à ses clients et de les revendre par la suite. Donc, des dépenses qui, sommes toutes, sont des intrants pour aller chercher des revenus.

Tout ça pour vous dire, donc, je me résume: Le 1 million, auquel s'ajoutent des budgets substantiels au niveau de la publicité et de la promotion que nous allons... sur un horizon de deux ans, parce qu'il faut savoir qu'on avait une programmation budgétaire très agressive sur deux ans, ça, c'est la deuxième année de la programmation, on a donc pu faire ça également et faire des investissements importants en immobilisations. Donc, ça n'a pas d'impact sur notre cheminement.

Le Président (M. Lelièvre): Mme la députée de Jean-Talon.

Entretien et maintenance de l'équipement

Mme Delisle: Juste sur la question des immobilisations, je reviens avec le 1 million, je veux juste savoir... Parce que vous avez répondu, en fait, à une deuxième question que je ne vous avais pas posée. Sur les investissements qui doivent être faits de façon continue, parlons des immobilisations, là, pour garder notre équipement vraiment à la fine pointe puis qu'il demeure concurrentiel. M. le ministre, vous avez dit tout à l'heure que c'était un des beaux équipements que vous aviez eu l'occasion de visiter depuis que vous êtes en fonction. Est-ce qu'on a la garantie qu'il n'y a pas de ralentissement dans le maintien, finalement, de cet équipement-là, pour qu'il demeure chef de file ou en tête des équipements?

Moi, en fait, c'est ça... J'espère que vous ne m'accusez pas de faire un trop grand détour pour arriver là, mais il n'en demeure pas moins que je pense que c'est ça qui est important. On a eu, au fil des années, tous gouvernements confondus, la mauvaise habitude de laisser aller nos infrastructures, qu'elles soient routières ou autres, et on a beaucoup de retard à reprendre, on le sait. Alors, si on peut profiter des erreurs du passé, à mon avis, un équipement comme celui-là, si vous m'assurez aujourd'hui que je peux bien dormir ce soir parce que l'équipement est en bonne condition, vous aurez répondu à ma question. Mais cet argent-là aurait pu aussi servir probablement — en tout cas, c'est un point de vue — à développer davantage, peut-être, certains marchés, au-delà des très bonnes performances dont on a entendu parler tout à l'heure.

M. Arseneau: M. le Président.

Le Président (M. Lelièvre): M. le ministre.

M. Arseneau: M. le Président, je ne peux pas donner d'assurance à la députée de Jean-Talon quant à son sommeil la nuit prochaine. Si j'en avais pour le mien, je l'apprécierais, je regarderais...

Le Président (M. Lelièvre): ...les équipements de la ville de Québec. Ha, ha, ha!

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Arseneau: Mais je pense que la meilleure garantie pour justement qu'on conserve cet équipement dont la région de Québec a énormément besoin, c'est de faire en sorte de supporter, de soutenir, je pense, la société du Centre des congrès quant à son expansion, quant au démarchage, quant à la progression du nombre d'activités et des retombées qu'aura cet équipement sur l'économie de la région, qui fera en sorte que la région... Et je pense qu'il y aura peut-être des discussions aussi quant au support qu'on pourra apporter à la région, quant aux responsabilités en regard de ces équipements qui sont suprarégionaux finalement. Il n'y a pas juste la ville de Québec. Mais, moi, j'aborde ça parce que vous me parlez des garanties que je pourrais vous donner.

Mais ce que je veux vous dire, c'est que, quand on regarde les efforts de promotion pour la Société du centre des congrès, il faut travailler en partenariat. Et c'est ce que la direction générale de la Société du Centre des congrès fait avec, par exemple, les gens de Montréal même. Quand on est en mission ailleurs sur les marchés étrangers, je pense qu'il faut travailler en partenariat. L'impact est plus grand — comment je pourrais dire? — le maillage fait en sorte que, finalement, on n'est pas nécessairement en concurrence.

Alors, il faut profiter des efforts de promotion des autres partenaires, se greffer à ces missions et à ces efforts pour faire en sorte que la Société puisse se développer et puisse générer plus de revenus qui vont nous assurer que, justement, non seulement au niveau de la promotion, mais au niveau de maintien de la qualité des équipements, ça va se faire.

Mais, en attendant, je pense qu'actuellement les équipements qu'on a — et il faut, je pense, prendre la peine de les visiter pour savoir que ce sont des équipements qui sont maintenus dans une qualité et dans une propreté qui sont vraiment d'un niveau impeccable, et le soin que l'on prend pour, aux petits oignons, s'occuper des gens qui viennent profiter des infrastructures — font en sorte que ça aussi, c'est une forme de promotion qui est intéressante. Et je sais que le directeur général est particulièrement chatouilleux sur l'entretien qu'on doit faire de ces équipements pour les conserver de très haute qualité. Alors, j'espère que vous allez bien dormir la nuit prochaine.

Mme Delisle: M. le Président, ma question s'adresse au ministre.

Le Président (M. Lelièvre): Oui, Mme la députée.

Transfert éventuel de la responsabilité à une structure municipale ou régionale

Mme Delisle: Vous avez ouvert sans le vouloir une petite porte. J'avais une question ici sur le transfert possible de cet équipement.

M. Arseneau: J'ai deviné votre question.

Mme Delisle: Je vous ai souvent dit qu'on était sur la même longueur d'onde.

M. Arseneau: Oui.

Mme Delisle: Concernant le transfert possible de cet équipement, dans toutes les discussions que vous avez, les discussions secrètes au Conseil des ministres, sur les transferts municipaux, les transferts des structures supramunicipales, est-ce que vous envisagez la possibilité, entre autres choses, que le Centre des congrès de Québec, ou le Palais des congrès de Montréal quant à ça, fasse partie de la liste des équipements dits régionaux? On pourrait en parler longtemps, de la définition d'un équipement régional. Est-ce que ça doit demeurer régional ou d'une responsabilité du gouvernement? On ne décidera pas ça ici ce matin, mais est-ce que, vous, vous avez une opinion sur cet équipement, s'il doit rester ou pas sous votre gouverne ou sous celle d'une future structure, s'il y en avait une?

Le Président (M. Lelièvre): M. le ministre.

M. Arseneau: Oui. Alors, là-dessus, bon, j'ai une opinion, compte tenu de ce qu'on peut voir dans les journaux, et ça a déjà paru justement dans des articles de journaux. Mais je pense que ce que je puis dire comme position gouvernementale, c'est qu'il y aura des discussions à faire à ce chapitre, à ce niveau. Maintenant, ma position personnelle là-dessus importe peu — ou moins en tout cas — que le fait qu'il y a une problématique. Actuellement, ces équipements sont des équipements plus que régionaux: suprarégionaux, pour la région. Et je sais que beaucoup de régions du Québec souhaiteraient avoir ce type d'équipement financé par l'État et que le gouvernement du Québec, l'État, actuellement ne peut pas rencontrer toutes ces demandes-là.

Alors, ce qu'il faut comprendre de ce que je viens de dire... Et j'aimerais que M. Pinault en rajoute si c'est possible, je sais qu'il est capable, quant à l'impact, par exemple, des taxes municipales en regard des crédits qui sont versés à la Société du centre des congrès de Québec. Et là on va comprendre que, s'il y a — je ne sais pas, là — un débat à faire, je crois qu'il est là, sur comment on finance ces infrastructures qui, de toute évidence, sont suprarégionales. M. Pinault? Le pourcentage, moi, j'ai le chiffre, je crois. Mais ça va à quoi, à 40 % — je ne sais pas — le montant?

• (10 h 40) •

Le Président (M. Lelièvre): Alors, M. Pinault.

M. Pinault (Claude): Merci, M. le Président. À votre question, M. le ministre, sur l'impact sur les revenus autonomes du paiement des taxes foncières, la Société du Centre des congrès, contrairement, par exemple — pour vous donner un indice pour la région — au Centre de foires, qui relève de la municipalité, donc du milieu municipal, qui ne paie pas de taxes foncières à la ville, paie des taxes foncières. Le paiement de ces taxes, de

3 573 000 \$ environ, à quelques chiffres près, a un impact d'environ... Ça représente 81 % de mes revenus autonomes cette année, et, l'année antérieure, ça représentait 104 %. Pourquoi ça s'est amélioré? Bien, parce qu'on a vendu davantage. Grand bien nous fasse. Mais il n'en demeure pas moins que c'est un poids extraordinaire.

Je me sens bien mal placé, vous en conviendrez, de commenter sur s'il est approprié ou non de...

Mme Delisle: La question s'adressait au ministre.

M. Arseneau: C'est un débat à faire, mais je voulais quand même...

Mme Delisle: Je ne voulais pas vous mettre en boîte, là.

M. Pinault (Claude): Je pourrais juste mettre un commentaire. La question du paiement des taxes foncières, ça dépend du contexte. Si la ville... C'est un peu un cadeau grec dans le contexte actuel. Alors, il faut vraiment penser que, si le gouvernement envisage une révision totale de la fiscalité municipale, et ce qui actuellement est une entrée de fonds pour les villes et qui, dans un transfert, deviendrait une perte de revenus, je ne suis pas sûr qu'ils trouveraient ça très heureux.

Mais j'imagine que le législateur va voir à harmoniser tout ça pour que ce qui lui est transféré constitue un moteur économique. Parce qu'un centre des congrès — et je termine là-dessus — c'est un moteur économique. En général, un moteur économique, c'est là pour générer de l'activité économique, créer de l'emploi et de la richesse et faire en sorte que les entreprises soient florissantes et paient des taxes foncières en étant encore en affaires aux adresses civiles qu'elles occupent. Voilà.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, Mme la députée de Jean-Talon, je me permets, à mon tour, de poser des questions. Vous comprendrez que c'est un sujet qui est hautement d'actualité et que nous faisons donc partie de la même région.

Je sais que le gouvernement du Québec, bien sûr, soutient, à une hauteur d'autour de 14 millions, l'équipement en question. Vous parlez de 3 millions de taxes foncières qui vont évidemment à la ville de Québec, qui sont déposées à la ville de Québec. Ça fait partie de l'ensemble du budget ou si c'est avec le 14 millions indépendamment... C'est l'ensemble du budget du Centre des congrès? J'aimerais ça qu'on me clarifie les choses.

Nombre d'emplois créés et retombées économiques

C'est parce que, je vais vous dire, là, j'aimerais ça avoir un portrait exact, en tout cas le plus exact possible — je profite bien sûr de la présence de M. Pinault — technique sur le sujet. Quand on parle d'un centre de congrès, bien sûr, on est conscient qu'il y a des retombées, il y a des emplois directs qui sont reliés bien sûr à la présence de cet équipement sur un territoire. Peut-être que

c'était dans vos données, mais malheureusement je dois vous avouer que je n'ai pas eu le temps d'en prendre connaissance — vous comprendrez, on a plusieurs ministères desquels on étudie les crédits présentement — alors j'aimerais avoir une idée du nombre d'emplois directs.

J'aimerais savoir aussi les retombées. Quand les congressistes viennent à Québec, on comprend très bien qu'il y a des retombées pour les commerces environnants, pour, évidemment, les équipements hôteliers, les restaurants, certaines boutiques du Vieux-Québec et de la ville de Québec. Peut-être qu'on s'étend un peu parce que, évidemment, des fois, selon le nombre de places, on doit déborder jusqu'à Sainte-Foy, au niveau des équipements. Moi, je voudrais savoir c'est quoi, les retombées, au niveau par exemple de cet équipement-là, sur la rive sud de Québec. Ça veut dire quoi pour la rive sud? Parce que je comprends que ça ne doit pas être au niveau des équipements hôteliers ou encore des restaurants, je présume. En tout cas, dans les Chutes-de-la-Chaudière, ça m'étonnerait beaucoup: on a l'Hôtel motel Bernières en tout et partout.

Ce qui arrive, c'est que j'essaie d'avoir une image un petit peu plus précise de ce genre de retombées qu'il peut y avoir sur la région un peu environnante. Est-ce qu'il y a des circuits, des tours organisés, est-ce qu'il y a des choses comme ça qui se font par rapport... Ce n'est peut-être pas seulement à vous de me répondre à ça. Bref, j'essaie d'avoir, le plus possible, un portrait de ce que ça génère réellement pour la ville de Québec, pour les villes environnantes et aussi pour la rive sud.

M. Arseneau: Mme la Présidente, je vais...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, M. le ministre.

M. Arseneau: Je vais vous brosser rapidement un tableau des retombées des revenus, et je vais laisser M. Pinault, peut-être, voir s'il a des données en regard de votre questionnaire plus pointu quant aux retombées sur la rive sud. Mais, quant à la création d'emplois directs, et tout ça, je peux vous donner certaines informations?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui. Tout à fait, monsieur. Toutes les informations sont les bienvenues. Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Alors, en ce qui concerne l'évolution des revenus d'événements, il y a une progression constante, ce qui fait que, par exemple, en 2000-2001, on a une augmentation de 14 % des revenus d'événements par rapport à 1999-2000, où il y avait une augmentation de 23 % par rapport à 1998-1999.

Par rapport à l'impact économique, ce qui vous intéresse plus particulièrement: les emplois créés ou maintenus. L'impact total sur l'emploi a été de 1 297 en l'an 3, ça, c'est l'an 1998-1999. Donc, l'impact total de création d'emplois: 1 297 emplois.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Emplois directs?

M. Arseneau: Emplois directs. Non, pas directs?

M. Pinault (Claude): Directs et indirects, maintenus et créés.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Ah! Mais emplois directs, est-ce qu'on a la donnée?

M. Pinault (Claude): Ce n'est pas ventilé de façon précise dans le document, dans le modèle intersectoriel, si ma mémoire est fidèle.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. Pinault, excusez. C'est M. Pinault.

M. Pinault (Claude): Excusez-moi.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Excusez, j'en oublie ma tâche de présidente.

Une voix: ...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui. Oui, M. Pinault, vous pouvez poursuivre.

M. Pinault (Claude): C'était une précision que j'apportais. Vous demandiez si c'étaient des emplois directs et indirects, c'est confondu. C'est des emplois qui sont créés et maintenus, étant entendu que des emplois maintenus sont aussi, dans un contexte où il y a des forces contraires qui peuvent faire perdre des emplois, le fait de les maintenir, c'est déjà en soi un exploit, et de les créer, bien sûr, c'est une valeur ajoutée non négligeable. Donc, c'est un apport de... — vous avez les chiffres — par rapport à l'année précédente.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Merci. Alors, M. le ministre, vous pouvez poursuivre.

M. Arseneau: C'était 11 % de plus que l'année précédente qui était de 1 166. Pour le nombre de nuitées, alors là vous avez mentionné qu'il n'y avait pas beaucoup d'hôtels par chez vous. C'est ça?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Bien non, c'est un exemple parmi tant d'autres.

M. Arseneau: Ha, ha, ha! Le nombre de nuitées générées pour 1998-1999 a été de 165 000 nuitées, 29 % de plus que l'année précédente. Les dépenses totales, l'activité économique générées, engendrées en 1998-1999 sont de 70 millions, Mme la Présidente, de retombées pour l'ensemble de la région — évidemment, là, je vais laisser M. Pinault tantôt essayer de voir s'il a des chiffres plus pointus — ce qui est en progression, là aussi, de 13 %. Alors, la progression la plus importante provient des

événements originant de l'extérieur du Québec — je l'ai mentionné tantôt pour le bénéfice de la députée de Jean-Talon — ça a passé de 15 millions à 19 millions.

L'impact économique net. À ce niveau, la croissance totale obtenue en l'an 3, 57 millions, a été de 12 % de plus que l'année précédente, 51 millions avec, encore une fois, une progression plus importante chez les marchés à l'extérieur du Québec.

Les revenus fiscaux et parafiscaux. Bien que les deux paliers de gouvernement, fédéral et le Québec, bénéficient de revenus importants des activités générées par le Centre, on remarquera que le Québec, à lui seul, a pu bénéficier de revenus fiscaux et parafiscaux de 9 millions, ce qui est 2 millions de plus qu'en 1998-1999. C'est ça que j'ai comme retombées.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Le 9 millions, M. le ministre, ce sont les retombées pour les deux paliers de gouvernement ensemble?

M. Arseneau: On remarquera que le Québec, à lui seul, a pu bénéficier de revenus fiscaux et parafiscaux de 9 millions.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Ah! le Québec à lui seul. Donc, il y a un retour sur l'investissement à ce que je comprends.

M. Arseneau: Absolument.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. Pinault, est-ce que vous aviez des précisions par rapport à ma dernière question?

M. Pinault (Claude): Oui, lorsqu'on donne les retombées économiques pour la région de Québec, ça comprend les régions 03 et 12.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mais il n'y a pas de ventilation, à ce que je comprends.

M. Pinault (Claude): Non, sur le modèle économique de l'Institut de la statistique, c'est ce qu'on a. Donc, c'est l'effet global. Ce qu'on délimite comme base d'analyse, pour les fins des impacts, c'est évidemment l'impact total, toutes régions confondues. Alors, on isole quoi? On isole la région de Québec, la région 03-12 pour avoir une lecture dans cette strate-là, pour, dans le fond, connaître les événements locaux, pour les extirper lorsqu'on fait l'analyse de l'argent neuf.

Ensuite, on a hors région et hors Québec, ce qui nous permet de voir l'argent neuf mais non pas au terme usuel d'argent neuf parce que «usuel d'argent neuf», ça veut dire l'argent qui nous vient de l'extérieur, en tout cas, si on regarde l'économie du Québec, de l'extérieur du Québec. Dans notre cas, dans une perspective de développement régional, tout visiteur ou tout congrès qui nous arrive d'une région externe de la région de Québec, la grande région 03-12, c'est de l'argent qui s'est dépensé ici

plutôt que de se dépenser à Montréal. C'est une notion de développement régional de l'argent neuf qui est un peu particulière, mais on l'analyse parce que, si l'événement s'est tenu ici plutôt que sur le marché québécois, plus souvent qu'autrement, ou même, par rapport à Montréal, sur les marchés américains, qui s'est développé ici, on analyse l'impact ici, dans la région, parce que ce sont les entreprises d'ici qui ont pu bénéficier de ces dépenses générées par les délégués qui sont venus en congrès.

Ensuite, on regarde hors région et hors Québec, c'est-à-dire à l'étranger. C'est comme ça qu'on est en mesure de voir quel est l'impact, selon les niveaux, de chacune des dépenses qui sont engendrées par les événements qui se tiennent au Centre des congrès pendant les années de référence.

• (10 h 50) •

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, M. le ministre.

M. Arseneau: Mme la Présidente, juste en terminant là-dessus, il est évident que les secteurs d'activité qui bénéficient le plus de la présence de ces événements, c'est l'hébergement et la restauration.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Je vous remercie. J'en étais un petit peu consciente, et disons que je comprends que, pour les besoins de la mission et pour vos besoins d'analyse par rapport à un centre des congrès et par rapport à un autre, vous n'avez peut-être pas la nécessité d'aller dans des données plus fines. Mais vous comprendrez que, dans les discussions qui s'amorcent, il y a un besoin de compréhension peut-être un petit peu plus fin de la situation. Alors, c'était le but de mes questions. Ça répond partiellement mais en bonne partie. Alors, je vous remercie, M. Pinault. Oui, monsieur... Un instant, il y a une certaine... Oui, est-ce que c'est...

M. Lelièvre: Est-ce que Mme la députée de Jean-Talon a des questions sur le même sujet? Moi, j'aurais encore des questions sur le même sujet. Est-ce que vous avez des questions sur le même sujet?

Mme Delisle: Non. Moi, j'ai terminé sur le Centre des congrès.

M. Lelièvre: Avec votre permission, juste pour compléter ce volet-là parce qu'on y revient...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, M. le député de Gaspé.

M. Lelièvre: Moi, c'est toute la question des retombées au niveau des emplois. Vous avez mentionné, dans le fond, que c'est difficile de mesurer le nombre d'emplois directs et indirects parce que c'est confondu, quoi. Je vais vous poser une question autrement. Avant l'arrivée du Centre des congrès de Québec, avant sa construction, vous avez des données là-dessus, du nombre d'emplois qui étaient créés, avec les équipements que nous

avons à l'époque? Non? Vous n'avez aucune donnée là-dessus?

M. Pinault (Claude): Aucune, M. le député de Gaspé, sur laquelle je puis raisonnablement me fier, puisque...

M. Lelièvre: Ça répond... Ça nous embrouille encore un peu plus. Ha, ha, ha!

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. Pinault.

M. Pinault (Claude): Si je peux me permettre... Vous savez, à mon arrivée en poste, une des choses qui me préoccupaient, c'était de créer une façon d'analyser les retombées économiques d'un centre de congrès à partir d'une méthode rigoureuse. Pour ceux qui ont suivi un peu l'histoire de la Société, antérieurement on pouvait faire des estimés basés sur un certain nombre de critères, et on a trouvé que ce n'étaient pas des critères suffisamment rigoureux. Donc, on peut dire que l'historique d'analyse pour nous commence à 1997-1998, c'est-à-dire l'an 2. Avant ça, ce sont des données imprécises et non comparables. On commence notre historique, en fait, on a seulement deux ans de faits là.

M. Lelièvre: Ces critères que vous...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le député de Gaspé.

M. Lelièvre: Merci. Excusez-moi, Mme la Présidente, je suis aussi indiscipliné que tous les autres. Ha, ha, ha!

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Je suis redevenue présidente là, d'un coup sec. Oui?

M. Lelièvre: Alors, quand j'occupe le siège du président, je fais de même? Ha, ha, ha! Est-ce que ces critères-là sont connus, c'est des documents publics?

M. Pinault (Claude): Tout à fait. Oui, M. le député, c'est des documents...

M. Lelièvre: On ne retrouve pas ça dans nos documents. Est-ce que c'est volumineux? Est-ce que c'est possible de les avoir, en les faisant parvenir à la commission pour voir...

M. Pinault (Claude): Vous pouvez avoir ces documents, ils sont publics. Ce sont des études qui sortent et qui sont tout à fait publiques. Ça serait un plaisir de vous les faire parvenir.

M. Lelièvre: Est-ce que vous pourriez, à titre d'illustration, faire parvenir le plus récent, par exemple, à la commission, ici, puis on pourrait...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): La présidence va accepter le dépôt d'un document concernant ces états de situation au Secrétariat de la commission. Alors, j'apprécierais que tout le monde puisse en avoir une copie. Alors, voilà. Je pense que...

M. Lelièvre: Pour moi, ça répond, dans la mesure où vous pouvez répondre aux questions.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): D'accord. Alors, je comprends donc que ça fait le tour du questionnement que nous avons par rapport à la Société du Centre des congrès. Je vous remercie, M. Pinault.

Mme Delisle: Est-ce que je peux passer un commentaire?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: Excusez-moi. Il est éminemment compliqué pour nous, lorsqu'on regarde les crédits — je prends entre autres ceux de la Société du Centre des congrès — de comprendre un peu la ventilation. Je sais qu'on a des habitudes de travail, puis on ne les changera pas là, ce n'est pas aujourd'hui qu'on va les changer. Mais, moi, c'est beaucoup plus par curiosité que par malice que j'aurais aimé, à un moment donné, avoir la ventilation un peu plus descriptive des budgets puis des postes budgétaires. Nous, on n'a pas accès à ça, évidemment, il faut être ministre pour avoir ça, ce n'est pas mon cas. C'est juste que ça nous permet de mieux comprendre, M. le ministre, comment ça fonctionne. Alors, c'est un commentaire de frustration, quand on veut faire notre travail comme il faut puis qu'on veut essayer de comprendre comment ça fonctionne.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui. Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: ...comprendre. Moi, je n'ai jamais été dans l'opposition, hein?

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Delisle: Ça s'en vient.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Arseneau: Je pense que ce qu'on a présenté respectait les demandes et les questions de l'opposition.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): On pourra vous en parler, je vous expliquerai comment ça se passe, M. le ministre, dans l'opposition. D'accord.

M. Arseneau: Les états financiers de la Société du Centre des congrès sont publics.

Mme Delisle: On les a, en plus.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, je comprends donc qu'il n'y a plus de frustration à soulever. Merci, M. Pinault.

Nous allons donc poursuivre les échanges sur le programme 1. Alors, Mme la députée de Jean-Talon. On est toujours dans le programme 1, du ministère.

Mme Delisle: Oui, dans l'unique programme. Mais on va les adopter, ce que j'ai compris, on va tout adopter ça à la fin.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): À la fin, parce que, si on les adopte avant, on ne peut plus en discuter. Alors, on a six heures.

Mme Delisle: Oui.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): On poursuit donc avec le ministère, dans les autres sujets qui... Alors, Mme la députée de Jean-Talon.

Écart entre les recettes touristiques du Québec et de l'Ontario

Mme Delisle: Bon. Merci, Mme la Présidente. Moi, je voudrais revenir à ce dont j'ai parlé dans mes notes d'introduction concernant l'écart des recettes touristiques entre le Québec et l'Ontario. Et ça va nous permettre à mon avis de pouvoir toucher plusieurs facettes, certaines qui ont été soulevées par notre collègue de Gaspé tout à l'heure, sur le financement, sur les régions, comment les régions peuvent s'impliquer davantage ou sentir qu'elles ont une meilleure voix. J'ai cru comprendre que c'était un peu le sens de l'intervention du député de Gaspé tout à l'heure.

Je voulais, si vous me permettez, juste le rassurer, je ne critiquais pas les décisions de mieux orienter les politiques en termes de gestion de parcs ou d'hébergement sur ces territoires-là, ce que je questionnais et que je questionne encore — puis j'aimerais ça qu'on en parle — c'est le fait que ce ne soit pas sous la gouverne d'un seul ministère ou d'une seule personne qui pourrait s'assurer que tout ce qui touche l'ensemble du tourisme, bien, cette préoccupation-là se retrouve à un endroit.

On critique souvent, on entend c'est-à-dire cette critique-là, que l'industrie, elle est fragmentée, qu'il y a peu de concertation. Bien, on ne donne pas bien, bien l'exemple quand, à l'intérieur du gouvernement lui-même, on a cette fragmentation-là qui est évidente et qu'on a un ministre qui, lui, va chercher des budgets pour bien structurer sa vision des choses et qu'un autre, finalement... Je ne dis pas que le ministre délégué au Tourisme n'aurait pas souhaité avoir ça, sauf qu'on se ramasse aujourd'hui avec une fragmentation au niveau des décisions. Et, moi, je trouve que c'est au détriment, finalement, de l'ensemble de l'industrie touristique. C'était le sens de mon intervention tout à l'heure, ce n'était pas pour

critiquer le fait qu'on tentait de mieux s'organiser, là. Bon.

Alors, je veux revenir, comme j'ai dit tout à l'heure, sur cet écart qui nous apparaît important. Quand on regarde ce qui se passe ailleurs, on s'aperçoit, entre autres en Ontario, que l'entreprise privée a beaucoup plus de place dans le décisionnel en ce qui regarde l'industrie touristique. Il y a le président de Tourisme Ontario, contrairement à ici, c'est quelqu'un qui provient du privé. Ce n'est pas le gouvernement qui encadre toutes les pratiques. On sait que, au Québec, c'est le ministre qui préside la table de concertation de l'industrie et que c'est la sous-ministre qui préside le choix des régions dans leur développement.

On sait aussi qu'il y a une, je vais utiliser le mot, «meilleure» concertation en Ontario. On trouve 12 régions touristiques pour 10 millions d'habitants contre 20 régions ici pour 7,2 millions d'habitants, ce qui nous amène à dire que l'Ontario a peut-être réussi là où on n'a pas été capable de réussir, c'est-à-dire de réduire tout au moins les frais d'administration, la dilution des efforts, les ressources. Il y a moins d'intervenants, plus de dialogue, plus de consensus et, à mon avis, beaucoup plus d'argent de disponible pour ces projets-là.

• (11 heures) •

Puis, si on veut comparer avec ce qui se passe ailleurs qu'en Ontario et au Québec, on n'a qu'à prendre, quand on parle des régions touristiques puis de l'apport qu'elles peuvent contribuer à développer cette industrie-là, en Californie, pour 30 millions de population, il y a 12 régions touristiques; au Massachusetts, pour 6 millions de population, il y a 12 régions touristiques; New York, 18 millions d'habitants, 11 régions touristiques; dans le Maine, qui n'est quand même pas si loin de nous, 1,2 million de population, neuf régions touristiques — ça continue comme ça; la Floride, 13 millions de population pour huit régions touristiques; et on a le Vermont où, pour 600 000 de population, il a trois régions touristiques. Au Québec évidemment, comme je l'ai mentionné tout à l'heure, c'est 20 régions pour 7,2 millions.

Je sais qu'il y a des discussions actuellement pour tenter de peut-être réorganiser les territoires, si vous voulez, par zones. On sait que ça s'est fait au Saguenay—Lac-Saint-Jean; je ne sais pas si c'est le modèle dont veut s'inspirer le ministre, mais c'est quand même quelque chose qui semble bien fonctionner dans cette région-là. Vous y avez fait allusion tout à l'heure, je pense, dans votre discours d'ouverture, que vous aviez l'intention de — je ne sais pas si j'ai rêvé, je n'avais pas le texte — commencer à regarder la possibilité d'une meilleure concertation. Alors, j'ai peut-être lu au travers de ces propos-là votre intention de peut-être revoir un peu nos façons de fonctionner.

Mais il n'en demeure pas moins que j'aimerais savoir, de la part du ministre, si cette fragmentation qu'on a au Québec de ces régions-là, des enveloppes aussi, des enveloppes budgétaires qui sont disponibles, on en donne un petit peu à tout le monde... Je caricature, mais les intervenants peuvent faire leur bout de chemin, mais est-ce qu'il n'est pas temps...

D'ailleurs, je vous avais posé la question l'année dernière. On se rappellera, on avait pris le Nouveau-Brunswick comme exemple, lorsque M. McKenna avait décidé de revoir complètement les façons de faire et on avait réduit le nombre de régions de façon importante et ça avait été — évidemment, ce n'est pas juste le fait d'avoir réduit ces régions-là, mais d'avoir aussi mis en application d'autres politiques — certainement très bénéfique pour de nombreuses années pour le Nouveau-Brunswick, à telle enseigne qu'il a fallu qu'on commence à faire attention nous aussi sur la clientèle qu'on voulait aller chercher.

Alors, moi, ce que je vous demande, M. le ministre: Vous répondez quoi à ça, que — puis, moi, je l'entends sur le terrain — l'industrie ontarienne connaît bien ses marchés, sa stratégie de base consiste à aller chercher sa clientèle le plus près de chez elle, le plus près de ses frontières, que le gouvernement québécois doit, lui, prendre les rênes de son développement touristique et qu'il doit supporter finalement son développement et est-ce qu'il ne devrait peut-être pas penser à le gérer, à l'administrer à l'instar de ce qui se fait ailleurs d'ailleurs avec beaucoup de succès?

Alors, j'aimerais vous entendre, si vous réfléchissez sur ces réalités-là, parce que, moi, je les entends beaucoup sur le terrain. Ce n'est pas moi qui invente ça. Je suis certaine que... Moi, ça fait un an que je circule, que je rencontre des gens qui n'ont qu'un seul but dans la vie, c'est de bien gagner leur vie avec cette industrie-là mais aussi de voir cette industrie-là florissante et évidemment augmenter les revenus de cette industrie-là. On a tous ça à cœur.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: Oui. Alors, c'est une vaste question quand même que vous me posez.

Mme Delisle: Elle est importante!

M. Arseneau: Puis vous en abordez beaucoup, on en ratisse large pour la première question. D'ailleurs, l'an passé, je me souviens, on s'était beaucoup exprimé sur l'industrie touristique du Nouveau-Brunswick et la concurrence du Nouveau-Brunswick, on s'était attardé beaucoup. Et, en conclusion à ça, je pense que... Ça a changé de premier ministre, mais j'ai quand même eu l'occasion de rencontrer le premier ministre, M. Lord, lors du Sommet de la francophonie à Moncton à la fin de l'été. Et je m'étais informé de comment ça avait été pour la saison touristique au Nouveau-Brunswick l'an dernier et il m'a dit: Ça a diminué un peu en termes de nombre de visiteurs, mais les gens ont dépensé plus.

Dans le fond, c'est très possible, mais ce qu'il faut constater, c'est que le Nouveau-Brunswick, je crois, avait dans sa stratégie, qui était une stratégie qui reposait sur des principes qui étaient exacts, à l'effet de taux de change, possibilité d'attirer les Québécois, les plages, etc., pour la saison 1998, sauf qu'il y a eu un impact tellement

grand des suites de la promotion, ils ont eu tellement de gens à Shédiac que ça n'avait pas de bon sens. Ils n'avaient pas les infrastructures pour accueillir tous ces gens-là, ça a été une catastrophe, et, en 1999, il y a eu du déclin.

Alors, je suis tout à fait d'accord pour qu'on parle de l'Ontario, notre voisin. Maintenant, là, ça demande une analyse plus poussée quant — et on peut bien réfléchir là-dessus, c'est ça que vous me proposez, dans le fond — à la performance et aux résultats que peut obtenir l'industrie touristique en Ontario.

D'abord, il faut savoir que l'Ontario, ce n'est pas le Nouveau-Brunswick, ce n'est pas le Québec. Et, quand on regarde juste au niveau de la population, pensons à la population locale, la population de l'Ontario même, d'après moi, les chiffres sont à 12 millions, les Ontariens doivent être près de 12 millions, entre 11 et 12 millions. Moi, je pense, en tout cas, que c'est plus que 10. Alors, par rapport à la population québécoise, c'est un bon pourcentage de plus, de l'ordre de 40 % de plus.

On sait que, dans tous les pays du monde, sauf — il y a des exceptions, là — la France, c'est une exception, mais, dans beaucoup de pays du monde, et c'est le cas au Québec aussi, la base du tourisme est d'abord la base locale, le tourisme local. Ici, au Québec, 70 % des touristes qui viennent au Québec sont des Québécois. Alors donc, forcément, si la population est plus nombreuse, c'est le cas en Ontario, il y a plus de touristes en Ontario, qui sont des Ontariens, qui dépensent plus et il y a plus de retombées.

L'autre élément dont il faut tenir compte, c'est l'élément des clientèles possibles, c'est l'élément des clientèles potentielles qu'on peut attirer chez soi. Alors, il faut comprendre que la Ville-Reine, Toronto, la capitale de l'Ontario, est située dans un bassin de population, autour des Grands Lacs, qui est considérable par rapport au bassin qu'on a autour du Québec.

Evidemment, on a des bassins de population intéressants autour du Québec, mais ils sont à distance. Si on prend New York ou le bassin de New York, il faut traverser l'État de New York au complet, qui est immense, et il faut... Bon. Le Massachusetts est intéressant, mais, en termes de volume de population, à part l'agglomération de Boston, il y a moins de population que vous n'en avez dans tout le Middle West américain, c'est-à-dire Chicago, Détroit, les Grands Lacs, et c'est ça qui est le marché principal du tourisme étranger en Ontario.

J'ajoute à ça que — on n'en fera pas un débat politique — l'Ontario est le cœur du Canada anglais. Et, par exemple, les gens des provinces maritimes... Je rencontrais hier un journaliste du *Toronto Star* qui, dans une entrevue, questionnait par rapport aux «ex-Maritimers»; les gens des provinces maritimes, la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick et Terre-Neuve en particulier, très souvent, quand ils ont à se déplacer ou quand ils ont à se chercher un emploi ou à faire ce que plusieurs Québécois, malheureusement, doivent faire aussi, aller dans les grands centres, ils vont vers Toronto.

Alors donc, il y a, je dirais, un jeu possible de visites d'amis, ça aussi c'est une partie importante du tourisme, qui se déplacent vers l'Ontario. C'est le cas aussi pour l'Ouest canadien, des gens qui se déplacent vers l'Ontario. Il y a donc comme un pôle d'attraction. C'est la réalité.

Maintenant, j'aimerais revenir sur la question que vous abordez en regard des régions touristiques, le nombre de régions touristiques. C'est sûr que c'est un débat qu'on a dans l'industrie touristique québécoise, qu'il y a un peu partout. Les exemples, l'exemple du Nouveau-Brunswick, à huit régions touristiques, quand on compare la superficie du Nouveau-Brunswick avec la superficie du Québec, on a un écart, là aussi, qui est important. Et même l'Ontario, en termes de superficie, est beaucoup plus restreint que le Québec.

• (11 h 10) •

Alors, le défi qu'on a, au Québec, c'est de mettre en valeur l'ensemble du territoire québécois pour en développer son potentiel touristique. Alors, je sais bien que dans la région touristique, l'ATR de Duplessis, il n'y a pas beaucoup de population, je sais. Mais il y a un potentiel immense en regard de ce qu'on peut développer pour développer le tourisme, le tourisme hivernal en particulier ou la grande nature ou...

Bon. Alors, le défi qu'on a au Québec, ce n'est pas tellement le nombre d'ATR. C'est de concerter l'ensemble de ces régions touristiques en regard des efforts de promotion sur les marchés internationaux. C'est là qu'est notre défi. La Pennsylvanie, le Massachusetts ont moins de régions touristiques parce que ce sont des superficies qui ont moins, je dirais, de divergences ou moins de régions naturelles différentes. C'est ça que je voulais dire. Ça, c'est pour l'aspect, là, du nombre d'ATR.

Moi, je ne vois pas ça comme un problème majeur si on est capable de se concerter pour la promotion sur les marchés étrangers. Et, dans le dernier protocole que nous avons renouvelé il y a un an avec les associations touristiques régionales, nous avons placé des articles qui obligent les ATR à s'asseoir avec Tourisme Québec de façon à discuter d'un regroupement en grandes zones touristiques. Vous en avez fait mention tantôt, et je fonde beaucoup d'espoir là-dessus. Ce n'est pas simple, ce n'est pas évident, mais j'espère qu'on va arriver, là, à une rationalisation en termes de grandes zones touristiques pour la promotion sur les marchés étrangers.

En termes de développement de l'offre, on ne peut pas empêcher les régions touristiques naturelles du Québec de vouloir se positionner sur le marché québécois, à l'intra-Québec, pour attirer la base des touristes dans tous les pays, comme je l'ai dit tantôt, qui est le tourisme local et le tourisme de chaque région.

Je veux terminer, parce que je pourrais m'étendre. Ça me passionne. L'Ontario, en termes de région touristique, si vous prenez tout le nord de l'Ontario, c'est le Bouclier canadien, il y a très peu de végétation, c'est loin d'être diversifié comme le Québec est diversifié. Le Québec, son développement historique est le long du fleuve, son développement touristique se fait de la même

façon avec une multitude de rivières et de régions qui sont elles-mêmes des régions. Par elle-même, la Mauricie, c'est une région naturelle. Même, on pourrait faire de la région du Richelieu une région touristique naturelle, ce qu'on n'a pas en Ontario. En Ontario, on a les Grands Lacs, les routes des explorateurs. Il y a des beautés naturelles fantastiques. Il y a des images fortes en Ontario qui sont les chutes du Niagara qui sont des deux côtés — ça dépend de quelle image on regarde. Les deux côtés du lac exploitent ces beautés naturelles là.

Mais ce que je veux conclure, je veux conclure sur le fait que les efforts que nous faisons au Québec en termes de promotion sont de l'ordre de 25 millions de dollars annuellement, alors que les efforts que fait l'Ontario sont de l'ordre de 30 millions de dollars annuellement, en termes de promotion. Quant à l'élément de la collaboration du partenariat privé, je vous signalerais que l'Ontario, le dernier gouvernement ontarien, a nommé et a créé un ministère du Tourisme, ce qui n'existait pas en Ontario avant.

Vous mentionnez la collaboration avec le privé. Vous savez, nous, les ATR, là, ce sont des partenaires privilégiés que nous subventionnons en partie, puisque la région doit financer au moins le même montant que le gouvernement du Québec, et, dans beaucoup de régions du Québec, le financement des partenaires est plus important que le financement de Tourisme Québec.

Alors, je conclus — je vais m'arrêter, on va revenir à d'autres questions — en disant que, quand on regarde les résultats des performances de l'Ontario pour la promotion, pour l'augmentation du nombre de visiteurs qu'ils ont, on est beaucoup mieux que l'Ontario avec des résultats... Par exemple, si on regarde le taux de variations entre 1998, 1999 pour l'Ontario, pour la part du marché du tourisme international au Canada, l'Ontario a une chute de 2 %. L'Ontario est très inquiet des gains que fait le Québec, puisque le Québec a une augmentation de plus 3 %, donc c'est un écart de 5 %, une amplitude de 5 %. Et la Colombie-Britannique est déficitaire de 1 %. Je termine là-dessus, Mme la Présidente. Je m'emporte quand je parle de tourisme.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Ça nous apparaît évident, M. le ministre. Alors, Mme la députée de Jean-Talon sur le même...

Promotion et développement du tourisme

Mme Delisle: Sans nier tout ce que vous nous avez dit, là — puis c'est vrai que c'est très intéressant — je reviens avec toute la question du développement. Vous parlez beaucoup, beaucoup de promotion, et je sais que c'est majeur. On parle du Québec. Vous nous avez parlé du Québec, qu'il y a des sites naturels absolument extraordinaires. J'en conviens, mais ce n'est pas partout, malgré ces sites naturels là, qu'on est capable de développer ce qu'on appelle un produit touristique. Ce n'est pas moi qui vais vous l'apprendre, là; moi, c'est ce qu'on me dit sur le terrain.

L'Ontario a investi beaucoup dans le développement. Moi, ce que je constate à la lecture du document que j'ai — j'ai un document ici qui fait partie des renseignements qu'on a demandés — dépenses de promotion touristique, dépenses de développement touristique. Ce n'est peut-être pas nécessaire de retrouver la référence, je l'ai ici, à la page 6 du cahier... c'est le cahier le plus mince, pas le plus épais. Bien, en fait, c'est parce qu'on a deux cahiers. Ça s'appelle tous les deux Renseignements particuliers demandés par l'opposition, mais il y en a un qui est un petit peu plus mince que l'autre.

Ce que je veux développer... Je sais qu'on n'a pas le temps, on ne passera la journée là-dessus, mais les dépenses de promotion touristique de Tourisme Québec: au Québec, on parle de 2,7 millions; au Canada, on parle de 2 millions; la promotion touristique du Québec à l'étranger, 20 millions. Quand on parle de dépenses de développement touristique, à moins que je comprenne mal ce que veulent dire les mots «développement touristique»: au Québec, pour le développement, on dépense 638 465 \$; au Canada, zéro; à l'étranger, zéro.

Alors, moi, je voudrais savoir d'abord du ministre délégué au Tourisme: Est-ce qu'on se penche à quelque part à Tourisme Québec sur le développement des produits touristiques? Ce qu'on nous dit, même les gens de l'étranger nous disent: C'est bien beau, faire de la promotion, mais, quand on arrive, il faut avoir un produit, il faut nous attirer par des produits; des sites naturels, c'est beau, il faut avoir des installations, il faut avoir des produits qui sont disponibles pour qu'on puisse nous attirer et attirer les marchés internationaux.

Je reviens sur ce qu'on lit dans les documents que nous a fait parvenir Tourisme Québec, dans les documents qu'on retrouve dans les discours sur le budget, dans ce qu'on a dans les crédits qui ont été déposés par le ministre des finances il y a déjà quelques semaines. On parle de développement touristique, et, si je ne m'abuse, il me semble qu'il y a un volet recherche et développement et j'aimerais ça savoir quelle est la somme. Est-ce que c'est faux, ça, de dire qu'il y a zéro sou d'investi dans le développement touristique? Et ça, ça touche autant la région de la Gaspésie que la Mauricie, que la Montérégie, que Québec et que l'Abitibi, là. C'est bien beau, faire la promotion de nos régions touristiques, si on n'a pas développé des produits, bien, on n'avancera pas. Je veux bien qu'on soit en croissance, mais, si on peut améliorer notre croissance, tout le monde va en bénéficier, ça va faire rouler l'économie. Alors, ma question, c'est: Est-ce qu'on réfléchit là-dessus?

Deuxièmement, il me semble qu'il y a, à l'intérieur de l'organigramme, un poste réservé à la recherche et développement, quels sont les montants d'argent qui sont dévolus et quelles sont les études qui ont été faites pour développer des produits, puis, s'il y en a, j'aimerais ça qu'on nous les dépose, clairs.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: C'est exact que, dans les crédits de Tourisme Québec, les montants qui sont affectés au développement de l'offre — aux crédits réguliers de Tourisme Québec — les montants paraissent finalement, je dirais, faibles. C'est exact. Maintenant, il faut voir. Quand on parle de développement de l'offre, le produit touristique lui-même, il y a des attraits touristiques, il y a des événements touristiques, et, quand on parle du développement de l'offre, ça ajoute aussi parfois des éléments qui englobent une partie de l'attrait, une partie de l'hébergement qui font que, par exemple, ça, l'ensemble, les deux, la jonction des deux, fait partie d'un développement de l'offre touristique.

Alors, quand on regarde au niveau des événements, il y a plusieurs types d'événements, par exemple les festivals, des événements majeurs internationaux sont très importants dans le produit touristique québécois. On regarde les crédits réguliers et on dit: Bon, il y avait 1 million l'an dernier; 2000-2001, il n'y en aura pas beaucoup plus. Ça, c'est exact.

Mais, par contre, dans les budgets supplémentaires, additionnels qui ont été votés, il y a 30 millions, en 1999-2000, de plus qui ont été consacrés par le gouvernement du Québec pour mettre en place la SEMIQ qui a pour mandat et pour fonction de financer ces grands événements là, qui, eux, n'ont pas nécessairement de retombées par rapport à l'ensemble des retombées touristiques qu'ils génèrent dans l'industrie touristique québécoise. C'est de l'ordre de 350 millions, c'est des retombées pour le gouvernement d'une quarantaine de millions annuellement, ça crée des emplois et, finalement, ils n'ont pas les moyens de se financer parce que ce ne sont pas eux nécessairement qui bénéficient des retombées touristiques.

Parce que, quand les gens se déplacent pour aller à Montréal pour le Festival de jazz, quand les gens viennent au Carnaval de Québec, viennent au Festival d'été de Québec, ce n'est pas le festival comme tel qui a toutes les retombées touristiques, ce sont les hôteliers, ce sont les restaurateurs. Alors, vous comprenez, quand on parle du développement de l'offre, c'est ça aussi. Alors, de dire que le gouvernement du Québec ne met pas d'argent pour le développement de l'offre, il faut voir qu'il y a des sous qui sont là.

Ensuite, moi, je vais vous dire...

• (11 h 20) •

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Un instant, s'il vous plaît. Là, j'apprécierais qu'il n'y ait pas un téléphone cellulaire d'ouvert dans cette salle pendant qu'on est en commission. Merci. Je m'excuse, M. le ministre.

M. Arseneau: Merci, Mme la Présidente. Moi-même, je n'ai pas de téléphone cellulaire, je n'aime pas ça du tout.

Une voix: Ça nous est arrivé, à tout le monde...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, mais je ne tolère pas ça.

M. Arseneau: J'allais ajouter, pour la députée de Jean-Talon, qui se préoccupe — à bon escient, je pense — de cette problématique-là, que, moi, ma préoccupation, c'est pour les projets de développement de l'offre qui ne sont pas admissibles à l'ensemble des programmes qu'on a au gouvernement du Québec pour tous les entrepreneurs en général. Et le ministre des Finances, lors du dernier budget, a calmé une bonne partie de mes appréhensions, parce que la difficulté — et c'est parce que, aussi, on lui en a parlé, ça s'adonne, avant qu'il n'écrive la version finale de son budget — était pour les entreprises de moins de 2 millions qui voulaient se financer soit dans des programmes de réinvestissement ou de développement et qui n'étaient pas admissibles à Investissement-Québec, au programme FAIRE, des programmes comme cela.

Maintenant, avec la mesure, par exemple, qui permettra aux petites entreprises qui ont des chiffres d'affaires de moins de 1 million de se faire garantir par le gouvernement du Québec jusqu'à concurrence de 80 % d'un prêt de 100 000 \$, donc 80 000 \$, ça permettra aux petits projets, aux petits promoteurs... Dans l'industrie touristique, c'est plein, la majorité des entreprises, des 33 000 entreprises touristiques au Québec, sont de cette nature... Alors, je dis: Là, on a des outils. Non seulement le gouvernement a débloqué des fonds, mais le gouvernement a aussi donné des outils aux petits entrepreneurs touristiques pour permettre le développement de l'offre.

Quand on dit que la problématique est dans toutes les régions, la députée de Jean-Talon oublie que, pour le Fonds de développement et de promotion touristique de la Gaspésie, une partie de ce fonds est vouée spécifiquement au développement de l'offre et au maintien de la qualité des infrastructures d'hébergement touristique. Le gouvernement du Québec a aussi un fonds spécifique pour le tourisme dans la capitale nationale qui va aussi au développement de l'offre.

Le gouvernement du Québec, via ses organismes, ses institutions, Caisse de dépôt, SGF, Investissement-Québec, programme FAIRE, programme Impact PME, est entièrement à la disposition de l'industrie touristique aussi. Le gouvernement du Québec — son ministre des Finances, le ministre délégué au Tourisme et l'ensemble du gouvernement du Parti québécois — s'assure aussi d'appuyer le plus possible, peu importe la région d'où ils viennent, les projets, les grands projets touristiques.

Le gouvernement est impliqué — et ses institutions — dans les projets comme le Mont-Tremblant, Stoneham. On a des projets fantastiques au niveau du canal de Soulanges, et on est partout où on peut aller. Mais il ne faut pas dire qu'on n'est pas au niveau du développement de l'offre, il y a des sommes fantastiques qui viennent des outils que le Québec lui-même s'est donnés pour appuyer le développement de l'offre.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le député de Chicoutimi, sur le même sujet.

Société des événements majeurs internationaux du Québec

M. Bédard: Merci, Mme la Présidente. Eh bien, on est entré dans mon sujet, ça adonne bien, c'est justement concernant cette Société-là. Mais la réponse du ministre m'éveille aussi à certaines autres questions par rapport à cette Société-là, par rapport au fonctionnement. Si j'ai bien compris les propos, est-ce que c'est une société qui fait du prêt pour les entreprises touristiques, pour celles qui font du tourisme, qui garantit des prêts? Ça, j'aimerais avoir cette petite précision là, parce que vous disiez que vous pouviez garantir jusqu'à 80 % des montants. Parce que ce que je lisais de votre intervention était... Évidemment, on parlait de promotion d'événements, je croyais que ça allait se faire plus sous forme de subventions, mais est-ce que c'est vraiment un soutien aux entreprises?

Deuxièmement, mon questionnement est par rapport... J'imagine que, lorsque ce fonds-là a été créé — et, comme vous le dites, j'imagine que vous avez parlé au ministre des Finances avant que cette Société-là soit créée — vous parlez d'événements majeurs, mais vous avez dû les cibler. Il doit y avoir une liste d'événements majeurs, ou à peu près, qui existe et que vous voulez cibler. Moi, ce que je demande... Oui, il en existe beaucoup, et, souvent, ils sont concentrés dans des endroits où on a beaucoup, évidemment, de soutien de commanditaires majeurs, et, au niveau des régions, c'est beaucoup plus difficile.

Tout festival, j'imagine, a commencé sur un plan local, a fini sur un plan plus national, pour, finalement, tomber à l'international. J'imagine que c'est le processus normal. Bien que les étapes puissent être rapprochées, j'imagine que c'est un processus qui est suivi. Mais souvent ce qui arrive par rapport aux événements plus... Je n'emploierais pas le terme «régionaux», ça pourrait même, à la limite, être péjoratif, mais où les gens ont moins de moyens, dû à leur situation géographique, est-ce que ce fonds-là peut même — on parlait de développement — cibler certains créneaux et certaines activités pour en faire le développement?

Pour terminer, en même temps — ça complète aussi, en même temps — évidemment, ces événements majeurs, il y en a d'autres plus locaux, et actuellement, on le sait, vous êtes souvent sollicité par plusieurs de mes collègues aussi et par moi-même aussi par rapport à certains événements. Sans tomber dans les activités très, très locales — il y en a, des activités très, très locales — mais d'autres qui sont un peu entre les deux et qui pourraient même, à la limite, si on les cible, se développer, du moins on pourrait parier sur elles de dire «est-ce qu'on peut les développer?» — je ne parle pas principalement dans ma région, mais j'imagine qu'il y en a d'autres ailleurs — est-ce que vous pensez à un programme ou est-ce que ce programme-là est accessible ou, plutôt, est-ce que ce fonds-là est disponible pour ces organismes-là, ou vous avez pensé, vous êtes en réflexion sur d'autres choses actuellement?

Alors, je comprends que c'est très, très global. J'aurais peut-être une question après sur le fonctionnement de la Société, mais j'aimerais entendre le ministre sur — je comprends que c'est assez large, là — ces questions-là.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Oui, effectivement, c'est assez large. Il faut comprendre d'abord que la Société, la SEMIQ, qui va gérer ce montant d'argent, ce 30 millions, devra elle-même se doter de critères et de normes, et ça, elle doit me présenter ça incessamment.

Mais ce qu'il faut comprendre, c'est que, d'abord, quand on parle... Et j'en profite pour faire référence à ce qu'a dit la députée de Jean-Talon dans sa présentation en introduction quant au caractère impromptu de la venue de certaines sommes. Je dirais qu'en ce qui regarde la SEMIQ le gouvernement du Québec, c'est presque en termes de planification, puisque, dans le budget précédent, il avait prévu un montant d'argent pour faire une étude sur le regroupement des événements majeurs internationaux du Québec. L'enveloppe avait été attribuée à Tourisme Québec qui a fait procéder à l'étude, et, finalement, la Société est issue ou a pour mandat de répondre à la problématique définie par l'étude qui a été faite sur le financement des grands événements majeurs internationaux du Québec.

M. Bédard: Il y en a combien?

M. Arseneau: Alors donc, l'enveloppe, elle n'est que pour cela.

M. Bédard: O.K.

M. Arseneau: Elle n'est que pour cela.

M. Bédard: Il y en a combien, d'événements comme ça?

• (11 h 30) •

M. Arseneau: Je voudrais, pour mon collègue, signifier que, contrairement à ce qu'on pense, les grands événements majeurs internationaux du Québec ne sont pas tous à Montréal et à Québec. Il y en a dans Lanaudière, il y a Saint-Tite — bien, il y a le député de Maskinongé, je crois, dans sa région touristique à tout le moins, si ce n'est pas dans son comté — Trois-Rivières, Mont-Tremblant, il y a des événements dans toutes les régions du Québec.

Dans le fond, le premier mandat de la Société sera de définir ses critères, ses normes. Elle devra elle-même préciser les contours de ce que c'est qu'un grand événement majeur international en termes de budget, en termes de visiteurs et aussi définir plus précisément: Est-ce que le nombre de visiteurs à un événement international majeur, c'est en salle, à l'extérieur? Alors, vous comprendrez que c'est déjà très difficile.

Mais il y a un élément, et ça, je veux le soulever, parce que c'est important, ça répond à une partie de votre

interrogation: la Société pourra financer l'étude pour la création de nouveaux projets axés sur le marché des événements majeurs internationaux. Donc, il y a là une possibilité, une ouverture pour faire en sorte qu'il y ait de nouveaux événements majeurs internationaux qui puissent voir le jour. Mais actuellement on a déjà une bonne idée, là, sur c'est quoi, un événement majeur international.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le député de Chicoutimi, vous aviez une précision?

M. Bédard: Bien, le ministre a répondu un peu, mais, par rapport au fonctionnement de la Société, ce que j'ai compris de vos propos, ici, c'est que ça va être défini, évidemment, par les gens de la Société, mais là c'est en branle actuellement, on n'en est pas là encore. C'est ce que j'ai compris. Et ces fonds-là seraient disponibles à partir de quand? Vous l'évaluez à partir de quand?

M. Arseneau: Le plus rapidement possible. Je pense que, d'ici six semaines, cinq, six semaines, on aura reçu de la Société, bon, lettres patentes, et enfin... pour la période estivale.

M. Bédard: O.K. Vous allez me permettre une dernière précision, Mme la Présidente?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, M. le député de Chicoutimi.

Promotion des événements régionaux

M. Bédard: Je vais m'effacer par la suite, là, vu le temps qui nous reste. Par rapport à mon questionnaire par rapport aux événements qui ne sont pas internationaux, évidemment, mais tout en étant conscient, par rapport à vos statistiques, que j'ai trouvées intéressantes, soit celles que le tourisme est fait au Québec principalement, et c'est des données à l'échelle mondiale, bien, mondiale, du moins nord-américaine... Ce que j'ai compris: 70 % étaient à l'interne, donc ce sont des Québécois qui se visitent entre eux à travers les régions.

J'aimerais savoir, sur les événements qui n'ont pas une grande portée internationale mais qui ne sont pas strictement locaux, qui ont une connotation, je vous dirais, plus régionale et qui sont avec des moyens où, en tout cas, parfois — je ne sais pas si c'est comme ça ailleurs, moi, je le sens avec une certaine difficulté — il y aurait peut-être des liens à se faire ou inciter même certaines activités à se regrouper ensemble pour faire une seule chose, est-ce que vous êtes en réflexion sur un moyen de soutenir, d'encourager et de promouvoir ces événements-là? Et j'en ai un ou deux en tête, là, je vous dirais, actuellement, là.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Bon. Alors, pour les cas particuliers, vous pourrez en rediscuter. Alors, M. le ministre, sur la question.

M. Arseneau: On pourra en discuter.

M. Bédard: Non, ce n'est pas un cas particulier. C'est qu'il y en a plusieurs qui se retrouvent dans les régions et...

Une voix: Il y a un festival de la galette, hein?

M. Bédard: De la galette, oui. Ça, c'est local. Ha, ha, ha!

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Arseneau: Mme la Présidente.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, M. le ministre.

M. Arseneau: On a toujours été très attentif aux demandes de toutes les régions du Québec par rapport à ce type d'événements à caractère régional — il y en a chez moi aussi — et effectivement il y a une problématique quant aux programmes qui pourraient être élaborés pour soutenir ces événements qui sont importants pour les régions.

Il y a une nuance que j'aimerais apporter pour le député de Chicoutimi et pour l'ensemble de la commission peut-être. 70 % des visiteurs, des touristes, au Québec, sont les Québécois qui voyagent et qui visitent des Québécois, mais, en termes de retombées, avec 30 % seulement, si on regarde le tourisme étranger, le tourisme outre-mer et le tourisme américain en particulier génèrent plus de 50 % des retombées pour l'industrie touristique québécoise.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Merci, M. le ministre. Alors, Mme la députée de Jean-Talon sur le même sujet, c'est ça que vous m'avez dit?

Rôle de la Direction de la recherche et du développement

Mme Delisle: Oui, sur le même sujet. Je veux revenir sur le développement. J'imagine que vous n'avez pas tenté de court-circuiter ma question, pas du tout, là, en parlant de la nouvelle structure. Je veux juste rappeler au ministre que ça fait quand même longtemps que les événements majeurs cherchent à être regroupés puis cherchent des appuis, puis je pense qu'il faut reconnaître cette réalité-là. Il faut reconnaître également que le développement de ces événements majeurs a été fait à bout de bras par des bénévoles puis par pas beaucoup d'argent des subventions évidemment gouvernementales. Mais ce n'est pas sur ça, je ne veux pas critiquer le 30 millions qui est donné sur trois ans, là, je voudrais revenir sur la question de la recherche et du développement.

Je regarde dans l'organigramme du ministère, il y a un poste qui s'appelle Direction de la recherche et du développement. Quand je regarde ça, Direction de la recherche et du développement, dans ma tête, il y a quelqu'un qui est assis là, avec une équipe, et qui réfléchit

sur comment on développe des produits pour attirer la clientèle. Vous avez semblé vouloir dire tout à l'heure que ça, c'était ce type de développement là qu'on faisait par le biais des événements majeurs. Mais il y en a d'autres, développements, qui, à mon avis, et de la recherche, doivent être faits pour développer l'offre touristique.

Il y a toute une clientèle qui va prendre d'assaut, de façon internationale, le marché touristique. Il y a des gens qui sont à la retraite, les gens prennent leur retraite de plus en plus jeunes, que ce soit au Québec ou ailleurs. S'il est vrai qu'au Québec près de 80 % de la clientèle touristique est une clientèle intra-Québec... 70 % à peu près? Bon. En Ontario, je pense que c'est 80 %. Je n'essayais pas de démontrer qu'il y avait plus de monde en Ontario qui voyageait à l'intérieur de l'Ontario puis de moins de monde au Québec qui voyageait à l'intérieur du Québec, ce que je tente de comprendre, c'est comment on fait pour cibler les autres voyageurs, les touristes étrangers, puis comment on réfléchit sur ce client-là, ce touriste-là, comment on le suit, comment on l'amène ici, chez nous.

Puis, quand on se fait dire par des gens: Bien oui, mais c'est bien beau, faire de la promotion sur des marchés étrangers, dépenser — là, c'est moi qui le dis — 20 millions — puis je suis d'accord avec ça, qu'on fasse la promotion du Québec, loin de moi l'idée d'être contre ça — qu'est-ce qu'on fait à Tourisme Québec dans la Direction... Puis là je ne veux pas cibler cette personne, que je ne connais pas mais dont je suis sûre qu'il fait un bon travail.

La Direction de la recherche et du développement, ça fait quoi en hiver, ça, à Tourisme Québec? Est-ce qu'on réfléchit sur comment on attire l'étranger chez nous? Puis quel est le type de produits qu'on veut développer? Puis est-ce qu'on ne devrait pas penser de plus en plus en fonction de produit, un produit touristique qu'on vend puis qui va attirer les gens, par rapport finalement à dire: Bien, ça me prend absolument quelqu'un dans une région, ça me prend absolument quelqu'un qui vient dans une autre région?

Probablement que le résultat final serait peut-être le même, sauf que est-ce qu'on ne devrait pas penser davantage en fonction de promotion de produits qu'on a développés? Je ne sais pas, je vous pose la question, je ne suis pas une spécialiste là-dedans. J'essaie de comprendre qu'est-ce qu'on fait à Tourisme Québec. Puis là je vous reparlerai de la SEMIQ tantôt.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Oui. Alors, peut-être qu'on pourrait demander à Mme Daoust, la sous-ministre associée, de préciser davantage les responsabilités de la Direction de recherche et de développement. Quant à moi, la compréhension que j'en ai, dans la dernière année, c'est que la recherche et développement n'est pas seulement en regard du développement de l'offre touristique. C'est la recherche et développement pour l'ensemble de l'industrie touristique.

Alors, quand on regarde la façon dont on doit... Notre objectif, notre plan de marketing à nous, c'est de développer l'industrie touristique québécoise. Ça veut dire, par définition, attirer des visiteurs, qu'ils soient québécois ou étrangers, de façon à créer des emplois, à générer des retombées.

Quand on regarde le développement de l'offre, en général, dans l'industrie touristique, le soutien de l'État, dans les grands projets de développement, se situe, se chiffre autour de 10 % à 12 %. C'est là le soutien, l'appui que demande en général l'industrie touristique pour financer les développements. Alors donc, ce n'est pas au gouvernement du Québec directement à investir 100 % de ce que présente le développement de l'offre touristique comme tel quand on pense, par exemple, à des équipements ou à des infrastructures qui sont financés par l'entreprise privée. C'est bien certain.

Alors, ce que j'ai dit tantôt à la députée de Jean-Talon, c'est que le gouvernement du Québec, dans le dernier budget, a ajouté des outils pour les petits entrepreneurs, qui sont en général des petits entrepreneurs dans le développement de l'offre, avec l'accès à des prêts plus faciles pour des petits projets d'en bas de 1 million, des garanties. Le gouvernement du Québec garantit. C'est souvent la difficulté pour les entrepreneurs dans l'industrie touristique, vous savez, que d'aller chercher l'appui des financiers, des banquiers.

Parce que, dans beaucoup de régions, c'est difficile, l'industrie touristique. On s'emballa, on dit: C'est fantastique, c'est un secteur en plein développement. C'est très difficile de se faire garantir des prêts et de se faire prêter de l'argent par les institutions bancaires pour, par exemple, des infrastructures comme un hôtel ou un motel si, dans la région où tu es situé, ton taux d'occupation est à 33 %. Ta rentabilité, l'été, est bonne, mais, le reste de l'année, c'est difficile. Alors, ce que je dis, c'est qu'on a de plus en plus d'outils que le gouvernement met à la disposition des entrepreneurs du Québec qui vont développer ce type, cet aspect du développement de l'offre.

Maintenant, ce qui est important et ce que fait la Direction de la recherche et le développement, c'est, par exemple, dans comment on fait pour que le produit québécois, incluant l'offre dont je viens de parler, incluant les attraits, incluant les grands événements, incluant ce que représente le Québec, sa population, même, qui est une partie importante de son produit touristique à cause de sa culture, à cause de ses différences... Bon, je pourrais en rajouter. Alors, la recherche et le développement, elle doit travailler sur comment on fait pour assurer la qualité de ça, comment on fait pour avoir une meilleure pénétration des marchés, pour mieux cibler nos marchés. C'est ce que fait, en gros, la recherche et le développement, je pense. Peut-être que Mme Daoust peut en rajouter.

• (11 h 40) •

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, Mme Daoust.

Mme Daoust (Lucille): Je pense que M. le ministre a très bien répondu et décrit...

M. Arseneau: Merci, Mme la sous-ministre.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Daoust (Lucille): Alors, effectivement, au niveau de... Parce qu'en fait vous posez plusieurs questions, à savoir, tout d'abord, en matière de développement, ce que Tourisme Québec fait, en matière de recherche et connaissance, ce que nous faisons.

Alors, en matière de développement, tel que l'expliquait le ministre tantôt, nous avons un rôle actif, en termes de soutien et d'orientation en matière de développement de l'offre touristique, qui peut se faire de différentes façons. Ça peut se faire au niveau financier, et je vous donne un exemple: en termes d'études de développement de concepts ou de projets, alors ce que nous soutenons de façon assez assidue. Ça peut se faire aussi sous forme de soutien technique. Alors, nous avons, dans le cadre de cette Direction-là, des délégués touristiques pour les différentes régions touristiques du Québec qui, donc, accompagnent les promoteurs en région pour leur donner l'aide nécessaire.

Nous travaillons aussi en concertation avec, disons, les bras financiers du gouvernement, tel qu'Investissement-Québec, tels que la Société générale de financement et autres partenaires publics. Parce que, comme vous le savez, le tourisme, ça touche bien des secteurs au niveau du gouvernement, et c'est normal, par définition, c'est horizontal. Alors, si on pense du côté de la culture, de l'agriculture, donc, là aussi, nous intervenons, nous travaillons en partenariat avec ces acteurs publics là, et nous émettons, en temps opportun et sur demande, les différents avis dont ces acteurs-là ont besoin pour en arriver à une recommandation en matière de développement d'un soutien financier par rapport à différents projets touristiques.

Nous sommes également interpellés au niveau de la recherche. Et c'est sûr que c'est, de plus en plus, l'élément-clé sur lequel nous allons être obligés de travailler, parce que, évidemment, la connaissance touristique va devenir l'outil numéro un en termes de compétitivité des destinations.

Alors, déjà, il y a un travail qui se fait, autant du côté de la Direction recherche et développement et également du côté plus de la promotion ou du marketing. Du côté de la Direction recherche et développement, il y a plus d'emphase évidemment qui est mise sur la connaissance de l'offre, la connaissance des produits, le développement de ces produits-là — on parle donc d'études plus sectorielles, plus au niveau donc de l'offre — versus la mise en marché où on va regarder plus le volet demande, donc au niveau de la clientèle.

J'ajouterai à cela que nous sommes, et ça faisait partie d'ailleurs de la politique que vous avez lue, la politique touristique adoptée par le gouvernement, en train aussi de mettre en place ce qu'on appelle un réseau de l'intelligence touristique en concertation avec l'industrie. Alors, déjà, il y a des pourparlers dans ce sens-là, et nous espérons bien que, dès cette année, nous

serons en mesure donc de voir les premiers résultats de cet important virage.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le député de Maskinongé, pour le même sujet.

M. Désilets: Merci, Mme la Présidente. Concernant la recherche puis le développement, est-ce que les promoteurs privés ont des abris fiscaux, est-ce qu'ils ont des avantages à ça? Et puis les produits d'appel, est-ce qu'il y a une particularité, est-ce qu'il y a un focus spécial concernant les produits d'appel? Quand je parle de produits d'appel, je pense, des fois, semblables à l'agriculture, bien sûr, les produits du terroir. Mais, au niveau tourisme, on voit de plus en plus pondre des sentiers pédestres, tout ce qui touche la nature, on voit ça beaucoup. Est-ce qu'il y a un focus sur ce genre de produits d'appel là au niveau tourisme, au niveau des recherches ou des grandes orientations qui s'en viennent?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: Le député de Maskinongé fait référence à un ensemble de produits touristiques, je dirais, qui sont des produits en émergence: La Route verte... Bon. C'est certain que l'industrie touristique est une industrie éclatée... ce n'est pas «éclatée».

Une voix: Diversifiée.

M. Arseneau: ...diversifiée, mais c'est un peu éclaté quand même. Alors, toutes les régions du Québec aussi sont sensibles au fait que l'industrie touristique est un moyen de permettre le développement économique de certaines régions, de créer des emplois aussi. Donc, c'est important. Alors, on voit qu'il y a un grand intérêt pour les produits touristiques en émergence, comment une région, comment un endroit va se démarquer de l'autre pour justement attirer la base du tourisme québécois, comme je l'ai mentionné, et les autres aussi.

Le défi, c'est de travailler justement en concertation avec ces partenaires locaux et avec aussi les différents ministères gouvernementaux qui sont impliqués dans ces programmes, dans ces projets. La Route verte, par exemple, c'est avec le ministère des Transports que nous travaillons, que nous collaborons pour financer le développement de cette route unique à peu près au monde. Alors, c'est là qu'il est, le défi.

Mesures pour aider les PME dans le domaine du tourisme

Par rapport, vous en avez fait mention, M. le député de Maskinongé, à des crédits d'impôt pour la recherche et le développement, je vais demander à Lucille... D'après moi, à part les programmes réguliers, il n'y a pas de programme spécifique pour l'industrie

touristique, là, en termes de recherche et développement, mais peut-être que Lucille...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, Mme Daoust.

Mme Daoust (Lucille): En fait, l'industrie touristique bénéficie sensiblement des mêmes exemptions fiscales qui existent dans la plupart des industries. Je vous mentionne, par exemple, l'exemption fiscale au niveau du capital investi qui a été introduite depuis deux ans. Alors, les entreprises touristiques ont droit à ça. Plus récemment, dans le dernier discours sur le budget, il y avait la mesure des... Il me semble qu'il y avait une mesure...

M. Arseneau: Il y a une mesure... Est-ce que je peux rajouter, Mme la Présidente?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, M. le ministre.

M. Arseneau: Ce n'est peut-être pas la même que la sous-ministre veut mentionner. Mais, par exemple — ce serait peut-être merveilleux, je ne sais pas — il y a un projet dont tout le monde a entendu parler qui s'appelle le Technodôme, en termes de montant, en termes de... je ne sais pas si ce projet-là peut se qualifier pour la mesure de 10 années de congé fiscal. Ça, ce serait une mesure. Ce sont les mêmes mesures qui s'adressent à toute l'industrie, à toute l'économie québécoise.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, merci. Une autre question là-dessus? Vous avez d'autres précisions? M. le député de Maskinongé.

M. Désilets: Bien, toujours sur le même sujet. Je me suis fait dire, puis j'ai appris ça là que, parce qu'on parle de gros investissements, ceux qui partent les locomotives, les gros, ont des abris, là, ou peuvent avoir des congés d'intérêts sur leur capital, ces choses-là. Mais, pour les petits, ceux qui veulent faire de la rénovation de leur hôtel, moi, jusqu'à présent, j'avais tout le temps pensé qu'il n'y avait rien qui existait pour eux. Je me suis fait dire par un intervenant chez nous qu'il y avait des garanties pour les petites PME, pour la rénovation. Mais ça, j'ai appris ça, je ne savais pas ça.

M. Arseneau: ...programme.

M. Désilets: Qu'il y avait un programme pour les petites industries. Mais ça, je veux juste en savoir un peu plus parce que je ne savais pas que ça existait pour les petits investisseurs, pour rénover leur hôtel, rénover leur gîte, pour les mettre soit conformes ou... Je pensais, moi, qu'on avait tout le temps investi dans les gros puis que les petits, ils n'avaient jamais rien. Puis j'ai appris ça, tout bonnement, en jasant, qu'il y avait un programme pour les petits. Est-ce exact ou c'est des...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Oui, la question du député de Maskinongé est très importante. Peut-être en complément... il me semble avoir abordé ça précédemment, mais la question est pertinente, puisque j'ai rencontré l'Association des hôteliers du Québec cette semaine, qui me posait la même question. En fait, la réalité est la suivante: quand on se présente avec un projet qui est considérable, qui est admissible, par exemple, à Investissement-Québec ou au programme FAIRE, mais Investissement-Québec en particulier, ou encore, plus gros que ça, où la SGF pourrait être impliquée ou d'autres, il est assez, entre guillemets, facile de générer du financement pour ces grands projets là à cause souvent des infrastructures qui sont créées par ces investissements qui peuvent garantir les investissements.

Pour ce qui est des petits projets, alors là la crainte des hôteliers, c'est de dire: Si vous continuez à investir et à faire en sorte que les outils de l'État permettent des grands développements et financent des grands développements facilement, nous, c'est impossible ou très difficile pour nous de suivre la qualité, si vous voulez, ou de faire en sorte que nos infrastructures puissent concurrencer ces nouvelles constructions et ces nouveaux investissements.

• (11 h 50) •

Alors, quels sont les programmes qui existent pour soutenir les hôteliers ou les gens qui sont en affaires dans leurs projets plus restreints de rénovation, d'entretien, pour maintenir leurs infrastructures et concurrencer les nouveaux? Alors, le dernier budget du gouvernement du Québec a, entre autres avec son programme pour les projets de moins de 1 million, des garanties jusqu'à 80 % de 100 000 \$, c'est 80 000 \$. Et ce programme-là, il reste encore à définir comment, par exemple, Investissement-Québec, puisque ça relève d'Investissement-Québec, va s'associer avec des partenaires locaux pour faire en sorte de mettre en place ce programme qui va être accessible, puisque ce sont des garanties bancaires. Et, pour les hôteliers, c'est très souvent la problématique, puisque les institutions financières se font souvent tirer l'oreille pour risquer dans le secteur de l'hôtellerie en particulier.

Il y a aussi Garantie-PME qui est un programme qui, je pense, existait antérieurement au budget. Enfin, là, il faudrait qu'on vérifie. On est à vérifier suite à la demande de l'Association des hôteliers du Québec, on va leur transmettre l'information, mais Garantie-PME permet aussi d'être admissible lorsque ce sont des projets de rénovation, d'agrandissement, que ce ne sont pas des projets majeurs. Alors, je pense qu'on a trouvé là une solution à cette problématique très importante.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: Moi, là, je veux continuer dans la même veine que mon collègue député de Maskinongé, parce que, oui, il existe des programmes effectivement,

puis il y en a un qui a été annoncé lors du dépôt du budget par le ministre Landry. Mais ce qu'on nous dit, et ça rejoint ce que vous nous avez dit tout à l'heure, c'est que, dans le milieu du tourisme, c'est très difficile d'aller chercher un prêt, c'est très, très difficile. Le secteur manufacturier va aller le chercher quatre, cinq, dix fois avant que le propriétaire d'un hôtel, un petit motel, en tout cas, peu importe, là, quel qu'un qui veut vraiment améliorer la qualité de son produit... Puis tout le monde va en bénéficier, de ça. Et ce qu'on nous dit, c'est que cette sous-capitalisation du secteur touristique, c'est ce qui fait le plus mal finalement à ces gens qui veulent essayer de s'en sortir.

Je me demande, M. le ministre, s'il n'y a pas possibilité d'exercer un certain leadership là-dedans, de s'assurer... Parce que c'est quand même assez général. Dans la disposition qui a été rendue publique par le ministre des Finances, on parle de la création d'un programme de garantie de prêt pour le démarrage d'entreprises de taille modeste. On ne précise pas finalement que ça touche aussi le milieu touristique.

Alors, le banquier, lui, quand monsieur et madame arrivent pour leur prêt bancaire, il a plus de difficultés que si c'est pour améliorer son entreprise de... peu importe là. C'en est un, exemple où Tourisme Québec pourrait peut-être exercer un leadership très certain, s'assurer que, si le produit est de qualité, si le projet est intéressant, que ce soit un agrandissement, une restauration ou amélioration d'une infrastructure, ces gens-là puissent obtenir leur prêt.

Moi, que le gouvernement garantisse 80 % des pertes, je peux-tu vous dire qu'on a vu d'autres programmes où est-ce qu'il y en a eu pas mal, de pertes. Je ne veux pas revenir là-dessus, vous n'étiez pas là à l'époque. Il y a des endroits où ça a fonctionné, mais, quand on lit le Vérificateur général, il y a pas mal plus de projets qui ont fait faillite — je fais référence au projet Paillé.

Donc, il ne faudrait pas qu'on se retrouve avec ça, parce que c'est une bonne mesure qui est incitative finalement à développer le produit touristique. Mais comment on fait, comment vous pouvez faire, Tourisme Québec — je comprends que vous n'irez pas vous asseoir en arrière du bureau du banquier — pour lancer un message positif que le gouvernement veut que ce soit un incitatif à ces banques-là, à ces caisses-là, de prêter finalement ces fonds-là. Parce que c'est ça qui est le problème. Ce n'est pas parce qu'il n'y a pas de programme. Le problème, c'est qu'ils ne sont pas capables d'avoir leur prêt. Puis il faut qu'ils aient les mêmes conditions que les autres, au même taux.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Oui, mais je comprends la question, mais cependant le programme qui a été annoncé, là, quand le gouvernement dit: On garantit les pertes, ça veut dire qu'on garantit le prêt. Il n'y a pas un entrepreneur qui va aller emprunter 100 000 \$ avec l'idée de le perdre. Alors, le problème pour l'entrepreneur dans l'industrie

touristique, c'est d'aller à l'institution financière puis de pouvoir convaincre le banquier de la solidité de son plan d'affaires et de la pertinence du prêt.

Lorsque le gouvernement fait ce geste, avec ce programme, dit: Moi, je vais garantir 80 % des pertes, l'institution financière est en terrain solide, là, c'est le gouvernement du Québec qui prend le risque, là. Vous comprenez? C'est le gouvernement qui prend le risque. Alors donc, c'est un appui de taille, puisque le banquier ne risque rien dans le premier 100 000 \$.

Alors, là-dessus, le gouvernement du Québec est un leader, en ce qui concerne le nombre de programmes et le nombre d'outils qu'il met à la disposition des entreprises et des entrepreneurs pour développer l'économie du Québec. Et je pense qu'il faut aussi qu'on fasse un travail de perception, il faut contrer la perception qu'ont développée les banquiers peut-être, au fil des ans, quant à la solidité de l'industrie touristique ou au risque plus grand qu'il y aurait à investir dans l'industrie touristique.

C'est une problématique qui n'est pas unique au Québec, la problématique du financement, de l'accès au capital pour les entreprises touristiques. Ce n'est pas uniquement au Québec, je peux vous l'assurer, là, de l'Île-du-Prince-Édouard au Nouveau-Brunswick, que je connais bien... Évidemment, dans les grands centres, Toronto, Montréal, Québec, c'est plus facile de financer des hôtels et des infrastructures comme celles-là, parce que les taux d'occupation ont monté, parce que les taux d'occupation sont intéressants, on fait des affaires intéressantes. Mais la problématique, elle est, dans plusieurs régions, pour des petits entrepreneurs.

Il y a, lors de la conférence des ministres responsables du Tourisme qui va se tenir à Calgary au mois de mai prochain, une discussion qui va s'amorcer sur ce sujet avec les représentants des ministères du Tourisme des autres provinces du Canada. Et, là-dessus, le Québec est un leader, dans cette question, quant à l'accès au capital, et doit présenter un document, a fait une étude dans ce domaine-là.

Moi, je pense qu'il faut travailler plus au niveau des perceptions, plus avec les intervenants locaux et, je pense, même travailler à la perception qu'ont les gens de l'industrie touristique qu'il n'y a pas d'outils à leur service, puisque, moi, j'ai été très étonné de voir que l'Association des hôteliers du Québec ne connaissait pas un programme qui, d'après moi, est en place déjà depuis un an, qui s'appelle Garantie-PME.

Une voix: Deux ans.

M. Arseneau: Deux ans.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, Mme la députée de Jean-Talon.

Société des événements majeurs internationaux du Québec (suite)

Mme Delisle: Une dernière question qui touche... Je veux revenir à la SEMIQ. Bon. Il y a 30 millions sur

trois ans. Je voulais savoir quel «input» le ministre va avoir dans l'allocation de ces montants-là. C'est une structure, finalement, qui, en tout cas à mon avis, aurait pu être incluse dans une autre structure. Puis est-ce que le rôle de Tourisme Québec, s'il n'a pas à contribuer à l'allocation de ces fonds-là, la distribution de ces fonds-là, n'est pas un rôle finalement de boîte postale, ça va transiter par Tourisme Québec? Est-ce qu'on va retrouver ça éventuellement dans les crédits ou... Je vois un lien entre les événements majeurs puis Tourisme Québec, là, ça, c'est sûr, mais je ne comprends pas pourquoi on met 30 millions, qu'on ne les retrouve pas dans les crédits. Alors, je voulais savoir de la part du ministre, Mme la Présidente, comment il voit son rôle dans l'allocation de ces crédits-là.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Oui. Alors, effectivement, le montant de 30 millions, il est versé à la Société qui a à le gérer. Quels sont les liens entre Tourisme Québec et la Société? Déjà, les orientations sont dans le protocole qui a été signé par le ministre, par Tourisme Québec et la Société. Donc, les orientations sont déjà définies. Maintenant, la Société elle-même doit élaborer les critères et comment elle va administrer ce 30 millions là. Elle doit présenter au ministre responsable ses critères et ses paramètres de gestion au niveau des financements, comment elle va attribuer les montants. Elle doit donc présenter au ministre ces données et aussi elle doit produire des rapports annuels qui sont soumis pour vérification.

• (12 heures) •

Mme Delisle: Cette société-là a la marge de manœuvre pour déterminer l'allocation de ces montants-là. Ça n'a rien à voir avec Tourisme Québec.

M. Arseneau: C'est ça. Alors, il n'y aura pas d'ingérence politique dans les décisions que prendra la Société quant au soutien, à la forme, à la façon et aux montants qui seront attribués pour le soutien des événements majeurs.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, Mme la députée.

Mme Delisle: J'aimerais savoir si c'est possible d'avoir, Mme la Présidente, pour tous les membres de la commission, copie de ce protocole qui a été signé, là, ou cette entente qui a été signée entre la SEMIQ et Tourisme Québec.

M. Arseneau: Moi, je m'engage à faire les vérifications, voir si c'est possible, là, de transmettre ces données à la commission. Et on pourra voir si c'est possible. Puis, si c'est possible, je le ferai avec plaisir. Je ne peux pas m'engager à quelque chose que je ne peux pas...

Mme Delisle: C'est de l'information publique.

M. Arseneau: Ce n'est pas la façon dont je fonctionne.

Mme Delisle: De toute façon, c'est 30 millions, c'est de l'argent public. J'imagine qu'on peut avoir ça.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): À la commission, nous avons une règle qui dit que tout ce qui ne comporte pas de renseignements nominatifs — à moins qu'il y ait quelque chose que je ne connais pas dans une particularité quelconque — normalement, il n'y aurait pas de problème. Alors, on comprend que, après vérification, il y aura dépôt à la commission de ce... un exemple, à toutes fins pratiques, de ce protocole d'entente.

Mme Delisle: Je voudrais juste vous signaler, M. le ministre, que ça fait trois fois que, nous, on le demande à votre ministère. Alors, si c'est la façon, une fois par année... En tout cas, on s'en reparlera, là, mais on a un peu de difficultés à obtenir les documents. Ça prend bien du temps.

Dernière question sur la SEMIQ. Comment va se faire l'intégration de la promotion... parce qu'on parle des axes d'intervention de la SEMIQ, qui vont être, bon, les dépenses d'exploitation, les événements, les activités de promotion sur le marché international, puis il y aura aussi, je pense, un volet études pour la création de nouveaux projets. Sur le volet promotion, est-ce qu'il y aura collaboration, intégration des budgets ou si c'est vraiment autonome, la SEMIQ va faire sa propre promotion de ses événements puis Tourisme Québec va faire les siens, ou bien est-ce qu'il y aura des efforts de collaboration à un moment donné entre les deux structures, là? Je parle de collaboration.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: C'est que la SEMIQ, c'est une société qui va établir des critères, des paramètres de la façon dont elle va administrer ce 30 millions là. C'est toujours avec des rapports et soumis au ministre. Mais, maintenant, la collaboration pour la promotion sur les marchés étrangers se fait avec les événements, ça se fait avec les événements.

Par rapport aux liens, vous savez, moi, tantôt, j'ai mentionné l'aspect, là, de la non-ingérence politique. Je pense c'est important de garder ça en mémoire. Et, vous savez, je ne suis pas vraiment un dogmatique à ce chapitre-là; je serais plutôt un pragmatique. Et, pour moi, ce qui importe, c'est les montants qui sont versés pour le développement de l'industrie touristique.

Maintenant, on pourra revenir, je ne sais pas si la députée de Jean-Talon a l'intention de revenir sur la question du statut ou sur sa première question qui était par rapport à l'Ontario, dans laquelle elle l'a abordée, mais on pourrait revenir sur cette réalité, cette situation. Mais j'aurais besoin de plus que le temps qu'il me reste.

Des voix: Ha, ha, ha!

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Toujours sur le même sujet, Mme la députée?

Mme Delisle: Ça va. Moi, j'ai, je pense, épuisé ce volet-là sur la SEMIQ.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, j'aurais une question de la députée de Crémazie. Mme la députée de Crémazie.

Implantation d'un centre d'affaires électronique

Mme Blanchet: Merci, Mme la Présidente. Sur un tout autre sujet, M. le ministre, vous l'avez abordé brièvement, puisque c'était à la fin de votre allocation, et malheureusement le temps vous manquait, le centre d'affaires électronique et le site *bonjourquebec.com*. Bon. Vous avez expliqué que, effectivement, grosso modo, c'est que sept jours sur sept, 24 heures sur 24, peu importe où on sera, avec l'Internet, il sera possible de magasiner, si je peux dire, un prochain voyage ou une excursion que l'on voudrait faire au Québec, et aussi qu'on pourrait avoir accès à des sites aux États-Unis, là, si j'ai bien compris.

Mais, grosso modo, est-ce que ce site est déjà complet, complètement accessible? Est-ce que vous avez des partenaires ou si c'est seulement Tourisme Québec? Bon. Et, bien sûr, il y aura l'association des différents hôteliers et des gîtes, j'imagine, là. Mais, en gros, pour pouvoir compléter ce que vous avez pu nous dire tantôt, là, comment se construit, justement, ce site-là, puisque évidemment — on peut même s'acheter une auto, maintenant, sur Internet — ça pourra faciliter bien des choses pour pouvoir planifier les vacances.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: La question de la députée de Crémazie est intéressante, puisque le commerce électronique est devenu une pratique de plus en plus répandue, en particulier chez nos voisins du Sud, chez les Américains; chez les Européens, c'est une préoccupation constante aussi. Et, à Tourisme Québec, ça fait déjà quelques années qu'on se préoccupe de ce secteur en développement très important pour positionner l'industrie touristique québécoise. Et le centre d'affaires électronique est un projet en partenariat avec Bell, c'est un partenariat vraiment privé-public — on parlait tantôt de ces partenariats importants — et il consiste, ce partenariat, à développer un outil qui a quatre fonctions ou quatre aspects très importants.

D'abord, il s'agissait — et c'était une responsabilité de Tourisme Québec — de regrouper le plus possible toutes les informations en ce qui concerne le produit touristique québécois pour que l'information soit colligée de façon uniforme, accessible partout, la même information, ce qui n'était pas le cas. Si on allait voir, par

exemple, au niveau des services responsables d'information à Montréal, c'était compilé manuellement, et, lorsqu'on voulait avoir de l'information sur le Carnaval de Québec, il fallait refaire constamment, de façon manuelle, toute l'information qui n'était pas nécessairement la même qu'on recevait partout.

Alors donc, il faut d'abord informatiser, colliger toutes ces informations sur l'industrie touristique québécoise pour toutes les régions et accessibles partout, de façon égale et équitable, sur Internet mais aussi accessibles par téléphone, accessibles par télécopie, fax, et au comptoir évidemment, par les postes. Ça, c'était le premier volet. C'est une responsabilité de Tourisme Québec, l'information touristique. Donc, c'était normal qu'on s'associe à quelqu'un qui ait de l'expertise pour développer... Je pense que c'est 20 000 fiches que ça représente, qu'il faut informatiser pour placer sur le centre d'affaires.

Deuxième élément, c'est le centre d'affaires électronique lui-même. À partir du moment où on a une place, une fenêtre, un portail où on a l'ensemble de l'industrie touristique québécoise présent, à partir du moment où le client s'intéresse à notre produit, à partir du moment où il est frappé par la beauté de l'expérience que représente l'observation des phoques sur la banquise autour des Îles-de-la-Madeleine, c'est le temps...

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Arseneau: Bien, il fallait que je le fasse.

Mme Blanchet: C'est une plogue.

M. Arseneau: Alors, c'est le moment, alors que la personne est intéressée, où il faut lui permettre de faire son choix et d'opérer sa transaction de façon à ce qu'elle se commette, à ce qu'elle s'engage. Ça, c'est la transaction électronique, c'est vraiment le centre d'affaires électronique. Ça, c'est la responsabilité de notre partenaire, Bell, qui doit développer cet outil, le rendre sécuritaire, respectueux de tous nos lois et règlements, et ça, c'est en phase d'être réalisé.

Le troisième aspect, je dirais, c'est la diffusion ou la dispersion sur l'immense territoire québécois, duquel j'ai parlé précédemment, de façon à ce que, dans toutes les régions, de la Gaspésie à l'Abitibi, de l'Outaouais à Chapais, finalement, que ce soit accessible via des terminaux, via un système informatique, pour qu'on ait la même information accessible partout.

Je termine avec un autre point très important qui est que, avec cet outil extraordinaire d'information, de transactions, ça nous permettra, avec les données des gens qui ont à prendre l'information — avec leur autorisation — quant à leur provenance, à leur destination et à leur intérêt, de faire du marketing direct qu'on appelle, qui est de sélectionner nos clientèles en fonction des produits qu'on veut mettre en marché. Et ça, ça va être un outil unique pour nous permettre de faire un marketing direct pour cibler nos marchés déjà avant de...

Donc, c'est en marche depuis quelques années, comme je le dis. Nous continuons à travailler, à développer cet outil. Nous avons déjà annoncé nos couleurs, du *bonjourquébec.com*. Et enfin il y a des documents, il y a des publications, il y a des revues qui sortent fréquemment pour donner l'information où nous sommes rendus, et nous espérons bien être en opération pour la prochaine saison.

• (12 h 10) •

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, Mme la députée de Crémazie.

Information touristique régionale

Mme Blanchet: Une autre petite question. Donc, en fait, quand vous disiez pouvoir diffuser la même information, c'est autant dans les petits guides touristiques qui sont faits chaque année là — — puis, moi, d'ailleurs, je m'assure toujours d'en avoir d'un peu partout au bureau de comté — donc, que ce soit au téléphone, sur l'Internet ou sur ces brochures-là, ça sera toujours uniforme ou à peu près. C'est sûr que les brochures, vous les faites une fois par année, mais, au moins...

Une voix: ...

Mme Blanchet: Ce sont les ATR qui font... Ah! O.K. Donc, là, est-ce que elles aussi devront assurer, si je peux dire, une meilleure mise à jour — je ne veux pas dire que les mises à jour ne se font pas bien — s'assurer que, effectivement — c'est sûr qu'il n'y a pas des endroits touristiques qui disparaissent ou qui apparaissent d'une année à l'autre — au moins les corrections puissent se faire ou sinon au moins sur le site Internet on l'a plus régulièrement dans ce cas-là?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: C'est certain qu'il y aura des mises à jour régulières sur la place du centre d'affaires électronique à *bonjourquébec.com*, ça va de soi. Quant aux guides touristiques de chacune des régions du Québec, comme l'a mentionné Mme la sous-ministre, c'est vrai que ce sont les ATR qui sont responsables de la production de leur guide touristique. Je ne pense pas que ces guides-là disparaissent parce que ce sont des outils qui sont très, très utilisés, et on n'a pas toujours l'ordinateur ou le téléphone dans sa voiture quand on voyage.

Alors, les guides sont très utilisés. Mais la question que je me pose — et je vais la poser aux gens qui sont avec moi — c'est si les guides touristiques seront sur Internet. Parce que je sais que les ATR devront éventuellement avoir leur site, parce que le portail d'entrée sera le portail de *bonjourquébec.com*, le portail de Tourisme Québec et, après ça, il y a des hyperliens qui seront faits avec les sites des ATR. Est-ce que le guide touristique sera lui-même intégré aux informations disponibles sur les ATR, je pose la question à mes gens — je ne le sais même pas — c'est une question intéressante.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): J'imagine qu'il y aurait des coûts aussi. En attendant...

M. Arseneau: Ça les embête un peu, eux autres aussi.

Mme Blanchet: En tout cas, ils sont très populaires, il ne faut pas les laisser tomber.

Une voix: Sur le même sujet.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Là, c'est madame...

Une voix: ...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, Mme la sous-ministre, oui.

M. Arseneau: Ah! ils sont partis chercher la réponse?

Une voix: Ils sont partis chercher le système.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Bon. Écoutez, si vous n'avez pas la réponse aujourd'hui, on se retrouve la semaine prochaine, donc il n'y a pas de problème.

Mme Daoust (Lucille): Je pourrais fournir quelques éléments par rapport à ça...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): D'accord, merci. Alors, Mme Daoust.

Mme Daoust (Lucille): Alors, encore une fois, le ministre a bien répondu dans le sens que les guides effectivement, c'est des... Non, non, ce n'est pas pour flatter mon ministre. Mais, ceci étant dit, c'est que, effectivement, les guides touristiques régionaux sont appelés à demeurer, c'est des outils fort importants pour la majorité de notre clientèle touristique.

Ceci étant dit, le système prévoit que, en fait, nous, à Tourisme Québec, on a l'inventaire de tout ce qui existe en termes d'hébergement, attraits, événements, transports et tout ce dont le touriste finalement a besoin. Alors, à toutes fins pratiques, il n'est pas prévu que le système compte également intégrer les guides touristiques régionaux parce que, déjà, l'information, vous pourrez la retrouver sur une base régionale et sur une base de produits spécifiques, évidemment avec les moteurs de recherche. Est-ce que ça vous convient?

Mme Blanchet: O.K.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Ça va?

Mme Blanchet: Merci.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, merci. Ici, il y a une précision.

M. Désilets: C'est court, court.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Très rapidement, très, très.

M. Désilets: Oui. Toujours sur le même sujet puis, habituellement, je pose des questions qui ne sont pas trop longues.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Des fois, c'est les réponses. Très rapidement sur la réponse aussi.

M. Désilets: Mais, au niveau régional, M. le ministre, est-ce que ça veut dire que les gens qui voyagent puis qui arrêtent dans un kiosque d'information touristique vont être capables de se faire répondre si quelqu'un... Je veux me loger me loger à tel, tel endroit, peu importante la région du Québec. Bing! On les oriente et puis on les... C'est-u ça que ça veut dire?

M. Arseneau: Tout à fait. L'information est dans chacune des régions, le bureau d'information touristique.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Parfait, merci.

M. Arseneau: C'est assez court?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, ça, ça a beaucoup de bon sens. Alors, Mme la députée de Jean-Talon. Si on pose ça assez rapidement, vous êtes bon pour en faire trois ou quatre.

M. Arseneau: Mme la Présidente, question de privilège. C'est quoi qui a beaucoup de bon sens?

Des voix: Ha, ha, ha!

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): La réponse courte. Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: Bon. Justement sur ce sujet-là, je voudrais parler des crédits qui sont alloués à ce dossier-là. Avant de le faire, je voudrais juste demander si on pouvait déposer aux membres de la commission la pochette que vous aviez tout à l'heure. Moi, je n'ai jamais vu ces informations-là. Il me semble que ça devrait être un automatisme de nous les envoyer quand ça sort.

M. Arseneau: Ça doit. Est-ce qu'on l'a?

(Consultation)

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, ce serait...

Mme Delisle: Moi, j'apprécierais les recevoir quand ils sortent, là, comme porte-parole de l'opposition...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mme la députée de Jean-Talon, ça serait intéressant, pour qu'on puisse en recevoir une copie...

Mme Delisle: Tout le monde.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): ... pour chacun des membres de la commission, qu'il y ait dépôt à la commission.

M. Arseneau: Donc, dépôt à la commission?

Mme Delisle: Bien, peut-être pas le contenu de la... Mais c'est un document public, ça, là?

Mme Daoust (Lucille): L'information...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, Mme Daoust.

Mme Daoust (Lucille): L'information qui est déjà diffusée au public, il n'y a pas de problème. Ce que j'aimerais qu'on vérifie, par contre, c'est les contrats.

Une voix: Les contrats?

Mme Daoust (Lucille): Ils ne sont pas là-dedans? O.K.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Évidemment, c'est sûr que, s'il y a des choses où il y a des renseignements nominatifs... Moi, je pensais que c'était plus publicité...

M. Arseneau: Alors, la demande, c'est que ces documents soient accessibles à tous les membres de la commission.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, si possible.

M. Arseneau: Alors là on en a une copie ici, on peut la déposer pour Mme la députée de Jean-Talon.

Document déposé

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): On va en prendre connaissance et en accepter le dépôt.

M. Arseneau: Est-ce que je peux vous la glisser comme ça?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Oui, vous pouvez, M. le ministre. Alors...

Des voix: Ha, ha, ha!

Une voix: ...curling.

M. Arseneau: Mais je ne vous avais pas visée directement, madame.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Delisle: Vous devriez vous inspirer du «arm's length» de la ministre de la Culture. Ça irait bien.

Implantation d'un centre d'affaires électronique (suite)

M. le ministre, sur, justement, le budget qui est alloué au centre d'affaires électronique, dans le budget de 2000-2001, on voit, pour 1999-2000, un montant de 4 millions. Dans un autre document de Tourisme Québec, on voit: Budget total pour la réalisation du centre d'affaires électronique, pour l'année 1999-2000, un montant de 5,5 millions. Il y a donc un écart de 1,5 million. On sait que le 15 millions s'échelonne sur sept ans. Est-ce qu'il y a une raison pour laquelle il y a un tel écart?

Puis je peux vous donner la référence. Dans les Renseignements supplémentaires des crédits, section II, il y avait un montant de 4 millions et, dans celui... Ça, ce que je crois comprendre, c'est les réponses qu'on nous a remises, à l'opposition officielle. On parle d'un montant de 5,5 millions. Donc, je voudrais savoir si les prévisions budgétaires du début, l'enveloppe telle qu'elle nous avait été annoncée au départ, seraient respectées.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: L'enveloppe totale que le gouvernement du Québec avait convenu avec son partenaire d'investir, c'est 15 millions. Alors, évidemment, c'est sur sept ans, mais on convient qu'il y avait des recherches à faire et que le gouvernement du Québec s'était engagé à investir plus au début, puisque, par exemple, l'élaboration de la banque de données et d'informations que j'ai mentionnée tantôt demandait plus de travaux et de recherches, etc.

En regard des crédits, en ce qui concerne les crédits de 1999-2000, c'est effectivement 5,5 millions qui ont été déboursés pour le centre d'affaires électronique. Je peux même vous en donner le détail si vous voulez. En ce qui concerne 2000-2001, c'est que le montant de base que le gouvernement du Québec prévoyait à chaque année pour le centre d'affaires électronique, c'est 1,5 million. À ça se sont ajoutés 4 millions. C'est pour ça que vous voyez, pour les crédits de... Donc, un 4 millions qui s'ajoute à 1,5 million, ce qui fait 5,5 millions, ce qui fait le même montant qu'en 1999-2000 et ce qui termine l'investissement du gouvernement du Québec de 15 millions.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: Est-ce que vous pourriez nous dire, M. le ministre, le nombre d'établissements d'hébergement qui ont adhéré au centre d'affaires électronique?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: À l'heure actuelle, au moment où on se parle?

Mme Delisle: Oui. Parce qu'il y avait des objectifs qui avaient été fixés à l'origine. Je voudrais savoir si ça rencontre les objectifs.

M. Arseneau: Oui. On me transmet ces données-là. Je sais, parce que, lors de la première annonce qu'on a faite, on s'était fixé un objectif de 150 établissements... Et, au moment où on...

Mme Delisle: 2000.

M. Arseneau: Pardon?

Mme Delisle: Au 31 mars 2000, oui.

M. Arseneau: C'était l'objectif qu'on s'était fixé, et nous avons actuellement, à ce qu'on me dit, une centaine de contrats qui sont signés avec des hôteliers et avec des chaînes. C'est des chaînes ou des établissements?

Une voix: Les deux.

M. Arseneau: Les deux. Alors là je ne sais pas, en termes de... Il faudrait voir.

Mme Delisle: Est-ce que ce sont des contrats fermes, des contrats à long terme? Comment ça fonctionne?

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): M. le ministre.

M. Arseneau: Sur ça, d'après moi, ce doit être des contrats annuels, mais je vais, avec les spécialistes de...

(Consultation)

Mme Delisle: Bon. Pendant qu'on cherche...

M. Arseneau: Non, mais vous comprenez que même un sous-ministre a de la difficulté avec celle-là.

• (12 h 20) •

Mme Delisle: Non, non. C'est correct, voyons. Si j'avais voulu avoir mes réponses d'avance, je vous les aurais données, mes questions. Par contre, il y a une réponse que je voudrais avoir, pendant qu'on continue de chercher. Ça, c'est dans le volume III du budget des dépenses, donc dans les crédits, à la page 265, sur les indicateurs stratégiques, on retrouve souvent des données

non disponibles. Je vais prendre l'exemple justement du nombre d'établissements d'hébergement adhérent au centre d'affaires électronique. C'est marqué: Résultats actuels. Bon. Ça n'a pas été fait l'année dernière, ça, ça a été fait récemment, il n'y en a pas, de données actuelles, et on en trouve plusieurs, de ces volets-là, nombre de réservations faites via le centre d'affaires électronique... Bon. Évidemment, ça, ça ne peut pas être disponible parce qu'on commence...

M. Arseneau: Il n'est pas en place actuellement.

Mme Delisle: C'est correct. Bon. Ça, je comprends ça, là. Mais, si vous regardez, M. le ministre, il y a une autre page aussi qui précède celle-là, où on trouve aussi à plusieurs reprises: Non disponible, non disponible. C'est-à-dire parce qu'on ne veut pas donner les données? Parce qu'on n'arrive pas au bon moment de l'année? C'est quoi, là?

M. Arseneau: Bien, écoutez... Enfin, pour ce que vous mentionnez, pour le centre d'affaires électronique, c'est en train de se faire actuellement pour la négociation des contrats.

Mme Delisle: Est-ce que les contrats sont véritablement signés pour une centaine d'entreprises?

M. Arseneau: Une centaine, oui.

Mme Delisle: Signés, là?

M. Arseneau: Oui, ils sont signés. Il faut comprendre que ce document-là, au moment où il a été rédigé, ça remonte déjà à un petit bout de temps aussi, là.

Mme Delisle: O.K.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mme Daoust, vous avez une précision à apporter?

Mme Daoust (Lucille): Oui.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, Mme Daoust.

Mme Daoust (Lucille): Pour répondre à votre question de tantôt, à savoir la durée du contrat, c'est un an, et, dans la pochette qu'on vient de vous remettre, vous avez un exemplaire du contrat.

Mme Delisle: Bien, merci beaucoup.

Mme Daoust (Lucille): En ce qui a trait aux indicateurs stratégiques — votre question était là-dessus — il faut dire qu'effectivement, dans certains cas, bon, dépendamment du type d'indicateur, soit effectivement que ce n'est pas encore mis en place — exemple, le nombre de réservations, ça va de soi — ou encore c'est une question de à quel moment, nous, on obtient les données. Alors,

tout ce qui a trait, par exemple, aux statistiques, nous sommes dépendants de Statistique Canada pour obtenir les statistiques finales, et c'est pour ça que, dans certains cas, c'est indiqué que ce n'est pas disponible au moment de la parution du livre des crédits.

Mme Delisle: Oui, parce qu'on a, ici, entre autres...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: ...nombre de... pardon, le... où est-il, ce que tu viens de me montrer?

Une voix: Ici.

Mme Delisle: Entre autres, on a le nombre d'entreprises touristiques qui adhéraient au programme de qualité, ça aussi, c'est non disponible. Alors, on sait que c'est un programme qui a été mis en place, là... Bien, ça ne date pas d'hier matin.

M. Arseneau: Non, le programme qualité, on est en train de le mettre en place, mais il y a des parties du programme qualité qui sont en place, comme la classification, où vous avez les données, où, pour les autres, vous ne les avez pas.

Mme Delisle: Pardon?

M. Arseneau: Le programme qualité et la classification sont deux choses différentes.

Mme Delisle: Oui, oui.

M. Arseneau: La classification, pour certains secteurs de l'industrie touristique, c'est fait, vous avez les données, mais le programme qualité, il est en marche.

Mme Delisle: Parfait. Une dernière question là-dessus. Je voudrais faire une relation avec la Fédération des pourvoyeurs qui aura son propre portail, son propre CAE, là — si on peut s'exprimer ainsi — avec des fonds qui lui proviennent du ministre Cliche; on parle d'un montant de 700 000 \$. Ça m'étonne un peu d'apprendre ça quand on considère que le gouvernement du Québec, par le biais d'une structure qui s'appelle le CAE, prend charge finalement de l'ensemble des données et n'incorpore pas, dans son *bonjourquébec.com*, les données qui touchent évidemment toute la question des pourvoyeurs d'hébergement, tout ce qui a trait à cette industrie-là.

Avez-vous été consulté, M. le ministre, là-dessus? Est-ce que ça vous a désolé de voir que vous ne pouviez pas avoir ce 700 000 \$ là à inclure dans votre propre budget à la CAE? Je trouve ça un peu étonnant qu'on n'ait pas... On a comme l'impression que la main gauche ne sait pas trop, ignore ce que la main droite fait. Puis on parlait tout à l'heure d'une industrie qui devrait être plus

horizontale, plus linéaire. Il me semble que ça, c'en est un exemple en tout cas d'une concertation, d'une collaboration qui aurait très bien pu se faire sans être au détriment de qui que ce soit.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, M. le ministre.

M. Arseneau: Mon collègue responsable de l'infomote aura à justifier ses crédits, mais je peux comprendre, puisqu'il était ministre délégué au Tourisme juste avant, qu'il ait saisi la pertinence pour tous les intervenants touristiques, entre autres les pourvoyeurs, de se doter d'un site Internet, qu'il soit transactionnel ou non, ça change peu de chose. Mais il était très important, je pense, pour les pourvoyeurs, puisque le site Internet permet justement à ces entrepreneurs qui sont souvent éloignés des grands centres d'être disponibles et accessibles, comme je le disais dans ma tournée dans toutes les régions du Québec, sur la planète.

Sauf que les pourvoyeurs du Québec vont réaliser, comme les ATR... Vous savez, les ATR, entre autres la Gaspésie, se sont dotées de sites transactionnels, là, je mets entre guillemets le transactionnel, mais se sont dotées de sites Internet qui ont été très dispendieux. Ça n'enlève rien, cet aspect-là, au fait de la nécessité que nous avons de nous doter, comme industrie touristique, d'un centre d'affaires électronique, et je m'explique.

C'est que le portail principal, la porte d'entrée, autrement dit, de l'industrie touristique au Québec sera *bonjourquébec.com*, et, à partir de là, les hyperliens vont se faire avec tous ceux qui seront sur *bonjourquébec.com*. Et ça signifie qu'il y aura une bonne partie du travail qui sera fait, que le produit sera plus décrit, on aura plus d'information à partir de *bonjourquébec.com*. En allant avec un hyperlien sur le site des pourvoyeurs du Québec, on aura une description beaucoup plus grande du produit et une plus grande facilité finalement à connaître ce produit-là.

Alors, je ne vois pas d'opposition, je ne vois pas de problèmes à ce que, finalement, ce soit mon collègue qui ait aidé les pourvoyeurs, puisque, nous, nous n'avons pas nécessairement suffisamment d'argent pour faire tout ce qu'on voudrait faire, suffisamment de crédits pour le faire. Ma préoccupation est toujours la même, c'est à l'effet qu'on s'assure, à Tourisme Québec, d'avoir plus de crédits ultimement.

Je voudrais mentionner que, en 1994-1995, les crédits étaient ventilés d'une certaine façon, c'est vrai peut-être plus détaillés, là — moi, je n'étais pas là — mais le montant qu'on me donne, c'était 48 millions, alors qu'en 1997-1998, à la fin de 1998 — c'est là que finalement celui qui avait fait disparaître le ministère du Tourisme a été remplacé — on a des crédits de 59 millions, en 1998-1999, 82 millions et, en 1999-2000, 117 millions qui sont allés pour l'industrie touristique québécoise.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mme la députée de Jean-Talon.

Mme Delisle: Je réalise que je me suis trompée en disant 1994-1995. Effectivement, c'est 1995-1996. Bien, peut-être un commentaire, puisqu'on achève pour cette fois-ci, là. Je peux très bien comprendre la décision de votre collègue responsable de l'inforoute quand on connaît ses goûts très développés pour la chasse et la pêche.

M. Arseneau: Je ne savais pas ça.

Mme Delisle: Ah oui! je vous invite à lire un de ses discours en Chambre, il y a quelques années, sur sa pratique de ce sport, un de ses sports préférés. C'était très intéressant.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Mais, moi, personnellement je peux vous dire que je trouve ça intéressant qu'il y ait un site particulier pour ça, parce que je pense qu'il y a une clientèle spécifique qui s'adresse à ça. Étant moi-même parmi cette clientèle spécifique, je peux vous dire que, pour moi, c'est vraiment quelque chose de très particulier, j'ai besoin d'une information précise... Et, pour le reste, bien, pour le tourisme en général, je trouve que c'est intéressant pour que les gens puissent en profiter.

Mme Delisle: Et les motoneigistes en veulent, Mme la Présidente, puis il y en a d'autres qui en veulent, alors à un moment donné, là...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Là, je suis moins adepte de la motoneige cependant.

M. Arseneau: Alors, ça sera à mon collègue, là...

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Plus il y en a, mieux c'est, puis on pourra tous les retrouver sur le site *bonjourquébec.com*.

M. Arseneau: *Bonjourquébec.com*.

La Présidente (Mme Carrier-Perreault): Alors, écoutez, je dois vous féliciter. Je trouve que c'est extraordinaire. Pour la première fois, on a fait le bloc total, on n'a pas de temps à reprendre, alors c'est excellent. J'ajourne donc les travaux à lundi après-midi, 14 heures, pour une autre commission avec un autre ministre, et nous serons, pour le bénéfice des membres de la commission, à la salle Papineau. Alors, bonne fin de journée!

(Fin de la séance à 12 h 30)

