



ASSEMBLÉE NATIONALE

PREMIÈRE SESSION

TRENTE-SEPTIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

de la Commission permanente
de l'économie et du travail

Le mercredi 5 mai 2004 — Vol. 38 N° 27

Étude des crédits du ministère du Développement
économique et régional et de la Recherche (4):
volet Tourisme

Président de l'Assemblée nationale:
M. Michel Bissonnet

QUÉBEC

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, avenue Honoré-Mercier, 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

Dépôt légal: Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Commission permanente de l'économie et du travail

Le mercredi 5 mai 2004 — Vol. 38 N° 27

Table des matières

Tourisme	
Remarques préliminaires	1
Mme Nathalie Normandeau	1
Mme Jocelyne Caron	4
Discussion générale	5
Reconduction des ententes spécifiques régionales	5
Rôle de la Société générale de financement	5
Niveau global des crédits	5
Reconduction des ententes spécifiques régionales (suite)	6
Rôle de la Société générale de financement (suite)	6
Niveau global des crédits (suite)	7
Postes des délégués régionaux	8
Dossier d'Intrawest	9
Financement des festivals et événements	9
Contenu d'une politique du tourisme	10
Impact de l'intégration de Tourisme Québec au ministère	12
Aide au Jardin zoologique de Granby	12
Stratégie et choix en matière de promotion	13
Contenu d'une politique du tourisme (suite)	15
Résultats de l'effort promotionnel de l'automne 2003	16
Stratégie et choix en matière de promotion (suite)	18
Impact de l'agrandissement du Palais des congrès de Montréal	20
Remarques finales	21
Mme Jocelyne Caron	21
Mme Nathalie Normandeau	21
Adoption des crédits	21
Adoption de l'ensemble des crédits	22
Documents déposés	22

Autres intervenants

M. Tony Tomassi, président suppléant
M. Claude Bachand, vice-président

M. Norbert Morin
M. Daniel Bernard
M. Karl Blackburn
M. Jean-Pierre Paquin

- * M. Paul Saint-Jacques, Palais des congrès de Montréal
- * Témoin interrogé par les membres de la commission

Le mercredi 5 mai 2004 — Vol. 38 N° 27

Étude des crédits du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche (4): volet Tourisme

(Quinze heures dix-sept minutes)

Le Président (M. Tomassi): À l'ordre, s'il vous plaît! Merci. Alors, je déclare la Commission de l'économie et du travail ouverte. Je vous rappelle que le mandat de la Commission de l'économie et du travail pour cette séance est de compléter l'étude des crédits relevant du ministre du Développement économique et régional et de la Recherche pour l'année financière 2004-2005. Une enveloppe de deux heures a été allouée à l'étude du programme 4, Promotion et développement du tourisme.

Quelques minutes avant la fin de la séance, nous procéderons à la mise aux voix de ce programme ainsi que de l'ensemble des crédits relevant du ministre du Développement économique et régional et de la Recherche.

Mme la secrétaire, y a-t-il des remplacements pour la séance d'aujourd'hui?

Le Secrétaire: Oui, M. le Président. M. Morin (Montmagny-L'Islet) remplace Mme Hamel (La Peltrie); Mme Caron (Terrebonne) remplace M. Boucher (Johnson).

Le Président (M. Tomassi): Merci beaucoup, Mme la présidente. Alors, j'inviterais les gens dans la salle de bien vouloir fermer leurs téléphones cellulaires.

Or, je voudrais rappeler aux gens de la commission qu'il y avait une entente... il y avait consentement pour continuer à procéder par voie de discussion générale avec des blocs de 20 minutes, incluant les questions et les réponses du ministre et des députés. Est-ce qu'il y a toujours consentement? Consentement.

Tourisme

Remarques préliminaires

Alors, j'inviterais maintenant la ministre déléguée du Développement régional et au Tourisme à faire ses remarques préliminaires. Vous avez un bloc de temps de 20 minutes, et par la suite la porte-parole de l'opposition officielle en matière de tourisme aura un bloc de 20 minutes pour ses remarques préliminaires.

Mme Nathalie Normandeau

Mme Normandeau: M. le Président, donc je vous remercie et je tiens à saluer dans un premier temps mes collègues du côté ministériel, également du côté de l'opposition, saluer particulièrement la députée de Terrebonne qui est notre critique au niveau touristique, M. le Président.

Également en profiter pour vous présenter les gens qui m'accompagnent aujourd'hui, de fidèles et

précieux collaborateurs et collaboratrices. À ma droite, mon extrême droite, M. Louis-Gilles Picard, du ministère du Développement économique et régional; M. Jean Pronovost, qui est le sous-ministre au ministère du Développement économique et régional et de la Recherche, M. le Président, c'est important de le souligner; à ma gauche, Robert Madore, qui est sous-ministre du côté de Tourisme Québec; également Vincent Lehouillier, qui est attaché politique; Bruno Lortie, chef de cabinet; également nous accompagnent aujourd'hui M. Claude Pinault et son équipe, de la Société du Palais des congrès de Québec; également M. Paul Saint-Jacques, du Palais des congrès de Montréal; également M. René Morency, qui est de la Régie des installations olympiques, également avec sa collaboratrice; également Mme Suzanne Chassé, qui est sous-ministre adjointe à Tourisme Québec, M. le Président. Alors, évidemment je les remercie, M. le Président, bien sûr pour leur présence. Et, comme je le soulignais, ils sont des acteurs, là, de premier plan au quotidien dans les opérations de Tourisme Québec.

● (15 h 20) ●

M. le Président, nous sommes ici pour faire le bilan des actions qui ont été menées par Tourisme Québec depuis un an, et je pense que, comme la saison touristique s'amorce, on souhaite que tout ça se fasse avec succès, et c'est avec optimisme qu'on entreprend la prochaine saison d'été.

J'ai un petit cadeau à vous remettre, M. le Président. En fait c'est toutes les brochures, les guides touristiques des 20... maintenant 21 régions touristiques du Québec, M. le Président. Alors, vous recevrez, là, à tour de rôle des exemplaires. Comme ça, ça vous permettra certainement de faire des choix plus éclairés pour en fait la planification de vos vacances pour l'été 2004, M. le Président, si vous me le permettez.

Le Président (M. Tomassi): Nous allons les prendre volontiers, nous allons les consulter.

Mme Normandeau: Bien. Excellent. Je vous remercie. Alors, M. le Président, aujourd'hui l'étude des crédits 2004-2005 me donne l'occasion de rappeler l'importance bien sûr économique du tourisme. Évidemment, je voudrais souligner certainement l'importance que représente dans notre économie le secteur touristique.

Alors, le secteur touristique arrive au cinquième rang des produits d'exportation du Québec, avec des recettes touristiques en provenance des visiteurs étrangers de 2 517 000 000 \$, M. le Président, pour l'année 2003. Le tourisme arrive immédiatement après l'industrie du papier journal au Québec, qui compte plus de 3 milliards de dollars de recettes. C'est le seul secteur d'activité présent dans toutes les régions du Québec. C'est un secteur dans lequel gravitent 32 000 entreprises, 120 000 emplois directs,

M. le Président, 43 000 emplois indirects, pour des recettes, en 2003, globales générées de 9 338 000 000 \$.

Alors, évidemment, oui, le secteur touristique, c'est un secteur important dans notre économie. D'ailleurs, je dois vous dire que c'est un secteur qui a permis au fil des ans de transformer littéralement le visage de certaines régions et de certaines communautés ou municipalités.

Pour 2004-2005, la somme totale des crédits qui nous sont alloués pour le secteur touristique est de 118 millions de dollars, soit une augmentation, M. le Président, de 4 millions de dollars par rapport aux crédits de 2003-2004.

Vous le savez comme moi, puisque la situation a été largement médiatisée, l'année qui vient de se passer, l'année 2003, a été une année difficile pour l'industrie touristique québécoise. Bien sûr, le ralentissement de l'économie américaine, la guerre en Irak, le SRAS, la crise de la vache folle, M. le Président, ont été des facteurs qui ont causé un préjudice important à notre industrie. Vous savez qu'on dit souvent que l'industrie touristique, c'est une industrie qui carbure aux bonnes nouvelles. Alors, lorsque évidemment il y a des facteurs comme ceux-là qui surviennent, ça contribue à fragiliser — et on en a pris, on en a mesuré toute l'importance — donc ces facteurs ont contribué à fragiliser cette industrie importante pour le Québec.

À partir évidemment de la situation vécue l'an passée, le bilan touristique pour l'année 2003 reflète assez bien la situation qu'on a connue, avec une diminution de 3,2 % des recettes touristiques, soit 311 millions de dollars de moins par rapport à l'année 2002, M. le Président. En chiffres absolus, je soulignais tout à l'heure 9 338 000 000 \$ donc de recettes générées et un volume de visiteurs de près de 28 millions, plus précisément 27,3 millions de touristes qui sont venus nous visiter, M. le Président.

Sur le plan international, le tourisme a connu une diminution de 1,2 % du volume en 2003 par rapport à l'année 2002. Le Québec, cependant, M. le Président, a tiré malgré tout assez bien son épingle du jeu avec une diminution de son volume de 0,6 %. Pour vous donner un élément de comparaison, l'Asie, par exemple, et le Pacifique, qui ont été touchés de plein fouet par la crise du SRAS, ont observé, ont connu une diminution de leur volume de visiteurs de 9,3 %, alors que les Américains, eux, ont subi une réduction de 2,1 %.

M. le Président, si on examine la performance donc même du Québec par rapport à celle de l'Ontario et au reste du Canada pour l'accueil des touristes internationaux, on remarque une diminution de 10,2 % pour le Québec, mais une perte de 12,9 % au Canada et de 17,9 % en Ontario. Donc, c'est donc dire que, si on se compare à l'échelle mondiale et à l'échelle canadienne, malgré tout, M. le Président, on a quand même réussi à s'en sortir plutôt bien.

Pour ce qui est de la dernière saison estivale, M. le Président, j'aimerais vous dire que, sur les 5,6 millions de nuitées de la saison estivale, la perte s'établit à près de 500 000 nuitées, et c'est Montréal bien sûr, Québec, entre autres, les Laurentides qui ont été les régions qui ont connu le plus de pertes, M. le Président.

C'est une situation qui bien sûr nous a forcés, je vous dirais, là, à revoir nos stratégies. Donc, d'ailleurs, s'il y a un élément qu'on retient de la dernière saison touristique, c'est qu'on doit privilégier des stratégies souples et rapides, et c'est la première fois, l'an passé, en 2003, que Tourisme Québec a mené, suite aux résultats que nous avons connus à l'été 2003, une campagne promotionnelle d'automne, une campagne de 1,2 million de dollars que nous avons menée sur les marchés ontarien, américain et sur le marché québécois, M. le Président. Et je dois vous dire que c'est des efforts qui nous ont permis de sauver la mise, si vous voulez, par rapport aux résultats que nous avons connus en 2003, et, un fait extrêmement important qu'on doit soulever, c'est que le tourisme hivernal au Québec prend de plus en plus de place.

Et je vais vous donner quelques statistiques pour résumer mon affirmation. Depuis 2000, M. le Président, le volume et les dépenses de tourisme durant l'hiver n'ont cessé d'augmenter. À titre d'exemple, les Québécois, pendant l'hiver, ont doublé leurs dépenses. En 2000, les Québécois, durant l'hiver, ont dépensé, en 2000, 531 millions de dollars, et en 2003, M. le Président, ils ont dépensé plus de 1 milliard de dollars. Donc, les dépenses, sur une période de trois ans, ont pratiquement doublé, de la part des Québécois.

Les actions donc, M. le Président, que nous avons déployées à l'automne dernier, donc une campagne promotionnelle d'automne et à l'hiver également, nous auront donc permis de réduire considérablement le déficit anticipé, surtout qu'avec un déficit de plus de 537 millions de dollars pour l'été 2003 on anticipait au début de 2003 une croissance, mais, compte tenu des événements que nous avons connus, on a réajusté notre tir, M. le Président, et aujourd'hui je peux vous confirmer que les pertes nettes de recettes que l'industrie a connues à l'été 2003, pour uniquement la saison d'été, ont été de 537 millions.

On a mené une campagne à l'automne, ça nous a permis de redresser la situation, parce qu'un plus grand nombre de Québécois ont choisi de visiter le Québec, entre autres. Notre campagne a eu un succès sur le marché de la côte Est américaine, aussi en Ontario. Donc, avec cette offensive qui a été menée sur les marchés à l'automne, le résultat net à la fin de l'année 2003 se traduit par donc une perte de 311 millions de dollars, ce qui nous a permis un peu de minimiser les difficultés que nous anticipions, que nous avons vécues durant l'été.

M. le Président, en termes de prévisions pour l'année 2004, maintenant, Tourisme Québec estime que l'industrie touristique devrait renouer avec un scénario de croissance modérée qui pourrait s'établir à des recettes donc de 300 millions de dollars additionnels par rapport à 2003. Alors, M. le Président, on dit souvent que l'industrie touristique, c'est une industrie de rêves, c'est une industrie qui est foncièrement positive, et je crois sincèrement que tous les espoirs sont permis pour 2004.

Cependant, il faudrait être à l'abri des crises que nous avons vécues en 2003. Si on avait une autre crise de la vache folle, une autre crise du SRAS, si les prix du pétrole continuent, M. le Président, d'être aussi élevés, si dame Nature n'était pas au rendez-vous, bien je pense

qu'évidemment on pourrait craindre le pire. Cependant, malgré tout, tous les intervenants que nous avons rencontrés s'entendent pour dire que l'année 2004 devrait être plutôt bonne, M. le Président. Notre objectif, c'est d'atteindre les résultats que nous avons connus en 2002, qui était une année assez exceptionnelle sur le plan touristique, M. le Président.

Sur le plan des campagnes promotionnelles, lundi, j'étais à Montréal avec le réseau des ATR également, également l'Office du tourisme et de congrès de Québec, Tourisme Montréal. Nous avons fait confirmer une annonce extrêmement importante. La concertation de nos actions donc nous a permis d'annoncer 20 millions de dollars en promotion qui seront consacrés uniquement pour la campagne d'été 2004, M. le Président.

J'aurai l'occasion d'y revenir tout à l'heure, mais il y a un certain nombre de nouveautés qui ont guidé notre action pour la présente année. Entre autres, nous avons choisi, M. le Président, de focuser sur deux clientèles: la clientèle familiale, également la clientèle de professionnels à revenus plus élevés, parce que, dans un marché où la concurrence est de plus en plus vive, M. le Président, nous avons l'obligation de cibler, de pointer davantage les clientèles que nous souhaitons rejoindre.

Il y a également un autre élément qui est important, parce qu'au-delà de la campagne de 20 millions que nous annonçons pour l'été 2004 notre représentation internationale et différents bureaux de Tourisme Québec à l'étranger, ceux qu'on appelle... ceux que nous désignons sous le vocable Destination Québec, eux possèdent un budget de promotion de 10 millions de dollars, M. le Président. Donc, l'aide financière qui leur est consentie va nous permettre d'augmenter les activités de promotion ailleurs sur les marchés.

Une autre bonne nouvelle, M. le Président, c'est que l'aide financière aux ATR est préservée; elle est même bonifiée d'un montant de 500 000 \$. Les événements touristiques, eux, pourront compter encore cette année sur un budget de quelque 10 millions de dollars, M. le Président. On peut ajouter à cela, au cours de la dernière année, les ententes spécifiques des régions ressources ainsi que deux nouvelles ententes spécifiques que nous avons conclues avec les régions de Charlevoix et des Cantons-de-l'Est, M. le Président.

De plus, 14 régions bénéficieront en 2004-2005 de la taxe spécifique sur l'hébergement, permettant une injection de nouveaux crédits d'argent neuf de plus de 20 millions de dollars en promotion touristique dans les régions du Québec.

● (15 h 30) ●

Tout à l'heure, M. le Président, je vous ai souligné que 20 régions touristiques, maintenant 21 régions touristiques, sont en opération au Québec. 21, pourquoi? Parce que, le 1er avril dernier, une nouvelle association touristique régionale couvrant le territoire du Nunavik a été créée, offrant ainsi de nouvelles possibilités de développement à une région touristique qui est absolument extraordinaire.

M. le Président, avec les efforts que nous avons consentis en promotion, il y a plusieurs projets également de développement touristique qui ont reçu un support de notre gouvernement. Alors, ainsi, avec un

investissement de 11,8 millions de dollars en 2003-2004, nous avons soutenu 202 projets, représentant des investissements de plus de 87 millions de dollars, qui ont créé 867 emplois.

Deux exemples, M. le Président, entre autres, que je souhaiterais partager avec vous: l'investissement que nous avons consenti pour le zoo de Granby, c'est majeur pour cette région, M. le Président. C'est 35 millions de dollars de nouveaux investissements, avec une contribution du gouvernement du Québec de 14,5 millions.

Aqua-Mer, un projet pour lequel notre collègue de Terrebonne m'a questionnée à quelques reprises, je suis très fière, très heureuse de vous confirmer aujourd'hui, M. le Président, que c'est un projet qui va voir le jour grâce à une proposition qui a été faite aux promoteurs, qui a été revampée d'une certaine façon, qui est beaucoup plus avantageuse que la proposition initiale qui leur avait été formulée par l'ancien gouvernement. Donc, dans le secteur du tourisme de santé, pour la Gaspésie et la Baie-des-Chaleurs, c'est une excellente nouvelle, M. le Président.

À cela également nous avons choisi de renouer avec l'industrie touristique en convoquant le forum de l'industrie, M. le Président, et nous avons choisi de mener un ambitieux projet, celui de travailler à l'élaboration d'une nouvelle politique touristique, M. le Président. C'est une politique importante, puisque la dernière date de 1998. Alors, il y a plus de 40 associations sectorielles qui sont assises autour de la table avec moi, et on travaille ensemble depuis novembre dernier à l'élaboration d'une nouvelle politique qu'on souhaite déposer à l'automne 2004, M. le Président.

Alors, il y a également un autre élément, un autre objectif que nous nous sommes fixé, M. le Président, à Tourisme Québec, c'est celui de faire la promotion du Québec à l'international. Tout à l'heure, je vous parlais des bureaux de Destination Québec que nous avons à l'étranger. Alors, nous avons... nous nous sommes fixé, en 2004-2005, comme objectif d'accueillir au Québec 1 000 journalistes de tous les pays, de toutes les destinations, qui pourront venir découvrir ou redécouvrir ce que le Québec touristique a à leur offrir.

Et d'ailleurs, M. le Président, c'est important de souligner qu'à chaque fois qu'un journaliste — qu'il vienne de la France, de l'Allemagne, du Danemark, des Pays-Bas — vient au Québec, alors le cumul de tous les articles qu'ils produisent dans chacun de leurs pays contribue non seulement à mieux positionner le Québec, mais nous estimons que la valeur éditoriale des efforts que nous déployons auprès des 1 000 journalistes que nous souhaitons accueillir cette année se traduit à près de 200 millions de dollars.

Donc, M. le Président, ça, ça veut dire que, si nous avions à acheter donc l'espace que nous réservent ces journalistes lorsqu'ils retournent dans leur pays faire les articles sur le Québec, bien ça nous coûterait 200 millions de dollars. Donc, c'est donc dire, M. le Président, que pour nous c'est une tribune absolument extraordinaire, et j'aurai l'occasion tout à l'heure de vous donner des exemples concrets de visibilité qui est réservée au Québec suite au passage donc des journalistes sur notre territoire.

Alors, en terminant, M. le Président, je tiens bien sûr à vous livrer toute ma collaboration pour cet exercice, là, qui va nous occuper pendant deux heures. Vous dire à quel point je suis très fière du travail qui a été accompli par Tourisme Québec au cours de la dernière année. Il faut vous rappeler que, le 14 avril dernier, lorsque le Parti libéral du Québec a été porté au pouvoir, sur le plan touristique, nous étions en pleine crise, en pleine crise du SRAS, M. le Président. C'est une industrie qui a connu bien sûr son lot de difficultés, mais notre organisation, l'équipe de Tourisme Québec, a réagi rapidement justement pour qu'on ait des stratégies qui puissent rapidement servir... mieux servir les intérêts de nos entreprises touristiques partout, dans toutes les régions du Québec.

Il y a un autre élément, M. le Président, sur lequel je souhaite insister, c'est les relations fédérales-provinciales dans le secteur touristique. Peut-être en terminant vous dire que nos collaborations se poursuivent toujours, notamment avec la Commission canadienne du tourisme qui est un joueur extrêmement important dans les efforts de promotion que nous déployons. D'ailleurs, le Québec sera l'hôte de la prochaine rencontre fédérale-provinciale, probablement une rencontre qui aura lieu après l'élection fédérale.

Alors, M. le Président, je rencontrais même cette semaine ma collègue la ministre du Tourisme du Yukon avec qui on a échangé justement sur les stratégies communes qu'on peut déployer ensemble justement pour obtenir le soutien du gouvernement fédéral dans l'industrie touristique. Alors, je vous remercie de votre attention, M. le Président.

Le Président (M. Tomassi): Merci, Mme la ministre. Et je céderais la parole à la députée de Terrebonne et porte-parole de l'opposition officielle en matière de tourisme. Mme la députée.

Mme Jocelyne Caron

Mme Caron: Merci, M. le Président. Alors, bien sûr je voudrais vous saluer, M. le Président, saluer la ministre, les gens qui l'accompagnent, les membres de la commission, souligner aussi la présence de mon chercheur avec moi.

C'est avec plaisir que je participe aujourd'hui à cette étude des crédits du tourisme. L'industrie touristique, vous l'avez bien dit, constitue un moteur de développement économique important pour les régions du Québec. Au fil des ans, le gouvernement du Québec a reconnu son importance en mettant sur pied des ententes spécifiques dans les régions ressources du Québec. Ainsi, plusieurs projets ont été réalisés ou sont encore en cours de réalisation et ont permis de redynamiser plusieurs régions, sans oublier l'adoption de la loi n° 76 permettant aux régions touristiques de se doter d'un outil additionnel et de se créer un fonds principalement pour la promotion touristique. Cette taxe spécifique sur l'hébergement était conçue comme un outil additionnel, je tiens à le préciser, et non comme un outil de remplacement pour favoriser un désengagement de l'État. C'était vraiment un outil supplémentaire qui devait s'ajouter aux fonds de l'État.

Je dois toutefois vous avouer que j'ai été un petit peu étonnée, compte tenu justement de l'importance du tourisme dans le développement économique, lors du dépôt du projet de loi n° 34 sur la nouvelle conférence régionale des élus, que le tourisme n'était même pas cité au niveau des éléments importants de développement, au même titre que la recherche, la science ou l'éducation. Pourtant, le récréotourisme et le tourisme d'aventure avaient déjà été reconnus comme des créneaux d'excellence dans les principales... dans plusieurs régions du Québec, dont les Laurentides, la Gaspésie et le Saguenay—Lac-Saint-Jean.

Toutefois, la croissance économique des régions par développement du produit touristique ne peut se concrétiser sans accorder une importance particulière au volet de la promotion. On s'entend, s'il n'y a pas de promotion, les produits ne sont pas connus et on ne peut développer correctement nos régions. Si l'on comprend bien l'importance de la promotion, on peut s'étonner que le gouvernement ait décidé l'an passé de diminuer de moitié sa contribution sur les différents marchés cibles. Considérant que l'industrie était secouée par des événements internationaux incontrôlables tels que la guerre en Irak, la crise de la vache folle et le SRAS, le gouvernement aurait dû adopter l'attitude que nous avons eue au lendemain des attentats du 11 septembre, soit d'investir davantage en promotion sur les marchés limitrophes et à l'intérieur du Québec, à l'intra-Québec. D'ailleurs, nous étions parvenus à limiter les dégâts en 2001 et nous avons par la suite connu une année 2002 tout à fait remarquable.

Si nous examinons ce qui s'est passé en 2003, c'est tout à fait le contraire, une année de difficultés, une année de diminution au niveau de la promotion dans les marchés cibles, je l'ai dit tantôt, et des pertes. Les montants que la ministre nous avait déjà cités étaient de 255 millions; les nouveaux chiffres qu'elle nous a présentés tantôt étaient plutôt de 537 millions, et, si on regardait au niveau des marchés intérieurs, on se parlait d'un 311 millions.

Il est cependant déplorable, je dois vous le dire, que ces résultats ne nous aient pas été présentés au niveau des réponses aux questions que nous avons posées, puisque nous avons bel et bien posé la question au niveau des pertes pour l'an dernier et au niveau des prévisions, et on n'a pas obtenu de réponse sur ces deux sujets.

Donc, ces résultats sont finalement liés aussi aux efforts qui ont été déployés en matière de promotion touristique en 2003. Nous constatons donc que cette année touristique n'a pas été une année qu'on peut qualifier, là, d'intéressante, c'est une année qui a été difficile, moins difficile qu'à l'extérieur, mais, par contre, il faut se rappeler que les événements qui étaient la cause de la diminution au niveau du tourisme n'étaient pas directement sur le territoire du Québec. Donc, c'est normal aussi que nous ayons subi moins de conséquences négatives, par exemple, que l'Ontario. Nous constatons que malgré cette diminution de la promotion on maintient encore le cap pour 2004 et 2005 et on maintient un budget — un plus petit budget — de promotion, par Tourisme Québec, et des coupures drastiques au niveau du développement.

● (15 h 40) ●

Effectivement, les crédits de Tourisme Québec ont été coupés de 3 millions, plus un... au niveau du développement, plus 1,5 million pour le fonds touristique... de développement touristique de la Gaspésie; j'y reviendrai tantôt. Donc, en 2004-2005, Tourisme Québec subit des coupures de 4,5 millions, ce qui équivaut à 10 % de l'enveloppe budgétaire. Ce qui nous amène à réfléchir, comme l'a fait le président des ATR associées du Québec qui déclarait au journal *Les Affaires*, le 24 avril dernier — M. Jocelyn Carrier: «Une réduction de 10 %, ce n'est pas rien. Je me demande comment le ministère peut couper autant sans que ça se fasse sentir.» Nous partageons cet avis, et nous sommes curieux de savoir ce que la ministre aura à nous dire là-dessus et quels postes seront coupés, au niveau du fameux 3 millions.

Nous savons déjà qu'il y a un 500 000 \$ au niveau du Centre des congrès de Québec. Le budget de cette année prévoit aussi l'abolition du Fonds de développement touristique de la Gaspésie, qui pourtant, de 1998 à 2003, avait généré des investissements de 35 millions à partir d'une contribution publique de 10,6 millions. Ce fonds a permis la création de milliers d'emplois et nous a permis de redynamiser une région tout à fait magnifique.

Autre coupure, 500 000 \$, au Centre des congrès de Québec. Je ne sais pas si le gouvernement a l'intention de ne pas rénover la partie désuète du Centre des congrès tel qu'il avait été convenu ou s'il désire le céder au privé, mais une chose est certaine: une coupure de 500 000 \$ dans ces budgets-là aura des impacts extrêmement négatifs sur l'industrie du tourisme d'affaires dans la capitale.

À la lecture des crédits, nous remarquons qu'aucune somme n'est prévue pour les deux grandes politiques que la ministre entend déposer cette année, soit la politique québécoise du tourisme et la stratégie pancanadienne. Alors, nous espérons évidemment que la ministre ne fait pas travailler l'industrie pour rien et qu'il y aura bel et bien un plan d'action. Mais où sont les crédits pour mettre en application le plan d'action qui sera présenté dans la politique québécoise du tourisme?

Nous espérons également qu'elle aura plus de succès à obtenir des deniers de la part de son gouvernement qu'elle n'en a eu jusqu'à maintenant auprès de ses amis du fédéral. Effectivement, au cours de la dernière année, la Commission canadienne du tourisme, à laquelle elle faisait référence tantôt... elle nous assurait de l'excellente collaboration; il est évident que nous avons eu une excellente collaboration, sauf que la Commission canadienne du tourisme a accordé 20 millions à l'Ontario et 5 millions aux provinces de l'Ouest. Pendant ce temps, le Québec n'a obtenu aucune compensation pour les difficultés touristiques que nous avons vécues l'an dernier.

J'aimerais maintenant aborder plus concrètement, M. le Président, toute la question directement reliée au budget et aux crédits de cette année.

Le Président (M. Tomassi): Est-ce qu'on peut débiter la période d'échange, Mme la députée?

Mme Caron: Tout à fait.

Discussion générale

Le Président (M. Tomassi): Alors, la période d'échange est ouverte. Alors, vous avez 20 minutes, du côté de l'opposition. Vous pouvez y aller, Mme la députée de Terrebonne.

Mme Caron: Merci, M. le Président. Peut-être juste une simple question. Dans le 20 minutes, comme vous répartissez le temps, vous...

Le Président (M. Tomassi): Vous avez 20 minutes, c'est la question et la réponse, et par la suite on va du côté du...

Mme Caron: Parfait.

Le Président (M. Tomassi): Merci.

Reconduction des ententes spécifiques régionales

Mme Caron: Alors, comme je l'ai présenté tantôt, au niveau des coupures au niveau de Tourisme Québec, bon, le 3 millions au niveau de Tourisme Québec, incluant le 500 000 \$ au niveau du Centre des congrès, le 1,5 million finalement pour le fonds de développement touristique de la Gaspésie qui n'est pas reconduit, qui n'est pas renouvelé, c'est évident que ça nous inquiète aussi pour les autres régions touristiques qui, elles aussi, n'ont aucun budget qui peut être disponible à court terme pour le renouvellement des ententes spécifiques. Nous nous demandons évidemment, les sommes qui sont prévues pour financer la nouvelle politique québécoise, qu'est-ce qui va arriver au niveau du Centre des congrès, avec le fameux 500 000 \$? Et, même si ça ne relève pas de son ministère, il y a un lien direct au niveau du tourisme. Il faut aussi dire que l'enveloppe annuelle de 2 millions pour le développement touristique de la capitale, ça ne relève pas de Tourisme Québec, mais ce montant-là n'est pas accordé; donc, c'est aussi une diminution au niveau de la capitale nationale, c'est très clair.

Rôle de la Société générale de financement

Il y a aussi, au niveau du budget et des crédits, des éléments qui sont inquiétants, à savoir le réaménagement de la SGF. C'est inquiétant pour le tourisme, on l'a abordé un petit peu tantôt en période de questions. Toute la question des sociétés Innovatech qui se font aussi, comme la SGF, couper les vivres; donc, c'est-à-dire qu'il y a sûrement des impacts au niveau des différentes régions.

Niveau global des crédits

Au même moment où on nous annonce ces coupures, on constatait qu'effectivement il y avait eu des résultats qui étaient plutôt inquiétants au niveau touristique à l'année 2003, des résultats qui ne sont pas aussi catastrophiques que chez nos voisins, mais des résultats qui sont quand même inquiétants, et l'industrie l'a bel et bien mentionné également.

Si on pense simplement au niveau de l'hôtellerie à Montréal, l'année 2000 a assez mal commencé; le taux d'occupation dans les hôtels était en baisse de 3 % en janvier-février par rapport à l'an passé, et, pour l'ensemble de 2003, le taux d'occupation atteint 64,5 %, comparativement à 68,5 % en 2002.

Donc, à la lumière de ce qui était annoncé dans le budget, à la lecture du cahier des crédits, est-ce que la ministre peut nous dire si le budget de son collègue des Finances, en diminuant les montants attribués aux crédits, reconnaît vraiment l'importance de l'industrie touristique comme un moteur économique du Québec et de ses régions?

Est-ce qu'elle peut nous dire aussi... Parce que je partage l'opinion du directeur de l'Office du tourisme et des congrès du Québec qui disait, au lendemain du budget, que certaines mesures du budget, comme la coupure du fonds de développement touristique de la capitale nationale, de 2 millions, la coupure de 500 000 \$ au Centre des congrès... Puis il faut rappeler aussi que toute la question du dossier du mont Sainte-Anne, là, qui est en suspens, et la SGF qui n'investit plus au niveau du récréotouristique, ça laisserait effectivement un oeil au beurre noir pour l'industrie touristique de Québec, donc des difficultés au niveau de Québec.

De plus, en décidant de ne pas renflouer le fonds de développement touristique de la Gaspésie... et j'ai rappelé les investissements importants tantôt, c'est évident que cette région qui a un fort potentiel touristique, qui a choisi le tourisme comme un créneau d'excellence, elle a encore besoin de soutien. On a vu des résultats concrets avec le fonds de développement touristique, et donc c'est évident qu'il faut pouvoir remettre des montants dans ce fonds pour que la Gaspésie puisse continuer à se développer et puisse développer son produit et en faire la promotion tant au niveau national qu'international. Alors, au niveau de ces différentes coupures, qu'est-ce qu'elle a l'intention de couper au niveau du 3 millions, et qui, quelles régions, quels groupes, quelles instances seront pénalisés?

Le Président (M. Tomassi): Mme la ministre, aux nombreuses questions.

Reconduction des ententes spécifiques régionales (suite)

Mme Normandeau: Oui, M. le Président. Effectivement, il y a beaucoup de questions dans l'interpellation, en fait, là, de notre collègue la députée de Terrebonne. Je vais essayer de la rassurer sur un certain nombre d'éléments.

Lui dire tout d'abord, par rapport à sa préoccupation au niveau des conférences régionales des élus, bien j'ai une bonne nouvelle à lui annoncer, parce que dans sa région, dans la région de Lanaudière, la présidente de l'Association touristique régionale, Mme Évangéline Richard, siège sur la conférence régionale des élus. Alors, c'est une...

Mme Caron: ...moment où on était là.

Mme Normandeau: ...c'est une excellente nouvelle. D'ailleurs, j'ai eu l'occasion de rencontrer

Mme Richard, qui est une femme très dévouée; c'est une belle acquisition pour l'Association touristique de Lanaudière, qui a d'ailleurs un nouveau directeur, c'est une association qui va faire un travail absolument formidable.

La rassurer également, M. le Président, sur un certain nombre d'éléments, entre autres sur les ententes spécifiques. Lui dire qu'au cours de la dernière année notre gouvernement a procédé à la signature de deux nouvelles ententes spécifiques avec les régions de Charlevoix et de l'Estrie. Pour Charlevoix, on parle de 150 000 \$, et pour l'Estrie, 250 000 \$ par année bien sûr pendant trois ans. Pour ce qui est du solde rattaché aux ententes spécifiques — parce qu'évidemment il y a encore des soldes qui sont disponibles — on parle de 2 285 000 \$ pour 2004-2005, M. le Président.

Elle a fait référence aujourd'hui encore — parce que j'ai lu attentivement le communiqué qu'elle a émis au lendemain du budget, M. le Président — elle a fait référence à la coupure dans le Fonds de partenariat touristique de la Gaspésie, de 1,5 million. Ce n'est pas une coupure, M. le Président, puisque le programme, l'entente prenait fin au 31 mars 2004.

Ceci étant dit, M. le Président, la région de la Gaspésie, que je représente à l'Assemblée nationale, l'ATR des Îles-de-la-Madeleine également, certaines régions ont manifesté le souhait que nous puissions donc reconduire les ententes spécifiques. Alors, je tiens à rassurer notre collègue en lui disant que nous travaillons actuellement sur un scénario, à Tourisme Québec, nous permettant de donner suite justement aux demandes qui ont été formulées par les régions touristiques dont l'entente prend fin, là, ou a pris fin au cours des dernières semaines, des derniers mois, M. le Président.

● (15 h 50) ●

On est bien conscients... puis j'ai souligné tout à l'heure, avec des investissements de près de 12 millions en 2003, M. le Président, en 2004, on a généré donc des investissements de plus de 87 millions de dollars. On est conscients qu'au-delà de la promotion effectivement les ententes spécifiques ont l'avantage d'offrir un levier important pour favoriser un meilleur développement.

Rôle de la Société générale de financement (suite)

Pour ce qui est maintenant de la Société générale de financement, notre collègue s'inquiète du rôle de la SGF. Je tiens à lui dire que mon collègue le ministre du Développement économique et régional l'a dit en commission parlementaire la semaine dernière, la SGF possédera des crédits de 300, 350... elle continuera d'investir entre 350 et 400 millions de dollars dans l'économie du Québec pour la présente année, M. le Président; ce n'est quand même pas rien. La SGF est un joueur majeur dans le développement économique du Québec, dans le développement des régions, et elle continuera d'apporter son soutien à plusieurs entreprises en région. Mais, M. le Président, il faut bien comprendre que — et ça, c'est un changement de mentalité par rapport à l'ancienne façon de faire de l'ancien gouvernement: il n'est pas question pour nous que la SGF devienne propriétaire d'entreprises, par exemple, dans le secteur touristique ou dans d'autres domaines.

Et le meilleur exemple que je peux lui donner, c'est le projet d'Aqua-Mer, à Carleton. Le gouvernement, à l'époque, du Parti québécois avait fait une proposition aux promoteurs de l'implication de la SGF en capital-actions pour un montant de 2 millions de dollars, M. le Président. Mais, entre nous puis pour les gens qui nous écoutent, là, ce n'est pas le rôle et la responsabilité du gouvernement de devenir propriétaire ou actionnaire d'une entreprise dans le secteur touristique.

Alors, la proposition que nous avons mise sur la table, c'est d'offrir aux promoteurs une subvention de 2 millions, qui a remplacé la proposition en capital-actions qui lui avait été formulée par l'ancien gouvernement. Et je vais vous dire, M. le Président, que les promoteurs étaient très heureux, très contents, parce que la proposition que nous avons mise sur la table était beaucoup plus avantageuse que celle qui l'avait été par l'ancien gouvernement.

Niveau global des crédits (suite)

Du côté également des efforts de promotion que nous consacrons pour la campagne d'été 2004, c'est 5,2 millions que consacre Tourisme Québec à la promotion; c'est 100 000 \$ de plus qu'en 2003, M. le Président. Tous nos budgets de promotion, de développement sont maintenus; il n'y a aucune coupure, aucune compression de ce côté-là.

Et même, on va plus loin, M. le Président, sur le plan gouvernemental en soutenant certains événements, en accordant un soutien additionnel à certains événements, de façon non récurrente. Je pense au Festival de jazz, M. le Président, qui va souligner son 25e anniversaire en 2004. Alors, notre gouvernement a annoncé une aide additionnelle pour soutenir l'événement. Le Grand Prix de Montréal, vous vous souvenez, M. le Président, de tous les efforts qu'a déployés notre gouvernement pour sauver le Grand Prix de Montréal? Mais c'est 6 millions de dollars d'appui qui a été annoncé en soutien à cet événement extrêmement important pour Montréal, parce que, le Grand Prix, M. le Président, c'est un peu l'événement... en fait c'est l'événement qui permet de lancer la saison touristique du côté de Montréal.

Alors, l'optimisme qui est partagé par l'ensemble des intervenants du secteur touristique par rapport à la façon dont la saison 2004 devrait se traduire, dont la façon dont l'été, la saison été 2004 devrait se traduire, M. le Président, bien laisse place à l'optimisme. Il serait peut-être intéressant que notre collègue puisse partager notre optimisme, M. le Président.

Et lui dire également que... la rassurer aussi sur la compression — en fait c'est de cette façon qu'elle nous le présente — la compression de 500 000 \$ au Centre des congrès de Québec, lui dire que l'effort que nous avons demandé au Centre des congrès de Québec — et M. Claude Pinault et son équipe sont avec nous — ça a été fait... bien sûr, nous avons demandé au Centre des congrès de Québec un effort, qui a été fait avec son consentement, bien sûr. Le 500 000 \$ a été pris, puisé à même le surplus que la société avait accumulé depuis un certain nombre d'années. Alors, cet effort qui lui est demandé n'hypothéquera en rien la

performance et les activités du Centre des congrès de Québec, c'est important de le souligner. D'ailleurs, et le Centre des congrès de Québec et le Palais des congrès anticipent une excellente année en termes... même, c'est plus qu'anticiper, M. le Président, parce qu'ils connaissent déjà les événements qui vont se tenir chez eux en 2004 et même 2005. On prévoit deux excellentes années sur le plan du nombre de congrès qui vont se tenir dans chacun de leurs établissements.

Elle nous interpelle également sur la question de l'agrandissement de l'ancien Centre municipal des congrès: lui dire qu'on est en discussion avec l'équipe de M. Pinault. C'est un projet qui personnellement, moi, me tient beaucoup à coeur. C'est un projet qu'on a évalué à 17 millions de dollars et c'est un projet qui est prioritaire pour le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche. Et, M. le Président, on déploie beaucoup d'efforts effectivement pour donner suite à ce projet extrêmement important, là, pour la région de Québec, qui permettra au Centre des congrès d'avoir des infrastructures encore plus adaptées, qui répondront encore mieux aux besoins des différents congressistes qui nous font l'honneur de venir du côté de la région de Québec.

Alors, M. le Président, le bilan que je peux tracer de cette dernière année, il est extrêmement positif. Les éléments forts et majeurs de notre action sont tous préservés, mais il y a aussi un très grand avantage pour Tourisme Québec d'être associé à ce grand ministère que le ministère du Développement économique et régional et de la Recherche. Les 4,5 millions auxquels fait référence notre collègue... parce qu'au net il y a 118 millions de dollars de crédits, c'est un peu plus de 4 millions de plus qu'en 2003. Cependant, l'élément... mais il y a un élément, M. le Président, qui apparaît dans le livre de crédits effectivement où on passe de 41 millions de crédits en 2003-2004 à 36 millions en 2004-2005. Cet élément fait référence effectivement à une réduction qui est imputable en très grande majorité à des décisions administratives et qui ont trait à notre façon de fonctionner, à Tourisme Québec.

En d'autres termes, M. le Président, le fait que nous soyons maintenant... que Tourisme Québec fasse partie de la grande famille du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche nous a permis de faire un certain nombre d'arrimages, par exemple avec l'équipe d'administration, l'équipe des communications, ce qui nous permet donc de faire un certain nombre d'économies, parce qu'il y a des avantages à regrouper les quatre ministères maintenant qui sont au sein du MDERR.

Alors, on a connu une diminution, M. le Président, de la masse salariale de 1 million, M. le Président, qui est rattachée justement au fait qu'il y avait du personnel excédentaire maintenant dû à l'intégration, mais il n'y aura pas de mises à pied, il n'y a aucune... M. le Président, il n'y a pas de mises en disponibilité ni de congédiements. Je tiens à rassurer notre collègue là-dessus.

Il y a aussi une diminution du budget de fonctionnement de 1 million de dollars, qui est extrêmement importante, et, quand on fait référence à des nouvelles façons de faire, M. le Président, vous en avez un exemple très concret, on souhaite réviser nos façons

de faire avec certaines agences de publicité pour réduire de 2 % les commissions qui sont versées aux agences de publicité. Chaque agence avec qui on fait affaire, M. le Président, reçoit des commissions. Alors, c'est des façons de faire donc qu'on souhaite réviser justement pour qu'on puisse faire le maximum d'économies sans toucher à l'essentiel. C'est-à-dire, l'essentiel, c'est les budgets qui sont dévolus à la promotion et développement et également, M. le Président, qui nous permet de soutenir concrètement des projets à incidence récréotouristique dans les régions du Québec.

Le Président (M. Tomassi): Merci, Mme la ministre. Mme la députée.

Mme Caron: Merci, M. le Président. Simple-ment une petite précision, parce qu'effectivement on parlait, au niveau du Fonds de partenariat touristique, les revenus en baisse de 16,6 millions, ce qui s'expliquait par un transfert, puis l'intégration, c'est 11,7 millions, par des enveloppes non récurrentes, mais on parlait bel et bien d'une réduction de 3 millions du budget régulier de Tourisme Québec.

Si j'ai bien compris la ministre, elle nous parle de 1 million au niveau du fonctionnement. Est-ce que c'est 1 million pris dans ce 3 millions là? Et, au niveau des contrats qu'elle entend modifier pour modifier les pourcentages, dans sa nouvelle façon de faire qu'elle vient de nous parler, c'étaient des contrats qui étaient... c'étaient des contrats qui étaient déjà signés pour plusieurs années. Est-ce qu'il y a des montants, des coûts pour mettre fin à ces contrats, pour en signer d'autres, et quelle somme... le reste du 3 millions, là, où va-t-il être coupé?

Le Président (M. Tomassi): Merci, Mme la députée. Mme la ministre.

Mme Normandeau: Bien je souhaiterais rassurer notre collègue sur les agences de publicité auxquelles elle fait référence. Tourisme Québec a deux contrats avec deux agences que sont Marketel et PALM. Les contrats se terminent à la fin juin 2004. Notre intention, M. le Président, c'est d'aller en appel d'offres donc avec des nouvelles agences.

Pour ce qui est donc de la réduction, là, je tiens à lui dire que l'essentiel des réductions se fait donc dans le fonctionnement, dans la masse salariale. Il n'y a pas eu de pertes d'emplois, de congédiements. Ça, c'est très important, M. le Président, et lui dire également que le 1,5 million, là... parce que le 4,5 millions auquel elle fait référence, entre autres, référence au 0,5 million qui est rattaché à la fin de l'entente pour la Gaspésie...

Également, il y a... M. le Président, les autres dépenses sont à peu près imputables... les autres réductions sont imputables justement à nos nouvelles façons de faire du côté de Tourisme Québec, avec l'intégration que nous avons connue au sein du... au sein du ministère, de Tourisme Québec.

Alors voilà, M. le Président, c'est à peu près les réponses que je peux donner à notre collègue. Ce qu'on souhaite, là, M. le Président, peut-être lui donner un élément de précision sur les contrats qui nous lient avec les agences. On souhaite économiser un minimum, un

minimum annuellement de 100 000 \$ avec... par rapport aux commissions qui sont versées aux agences, là. Alors, ce n'est quand même pas rien. là.

Alors, c'est pour ça qu'on souhaite retourner en appel d'offres, et ça, c'est un exemple concret, là, de... Je dis «au minimum 100 000 \$», ça peut peut-être être plus en termes d'économies, mais il y a vraiment des décisions qui ont été prises au sein de l'équipe, là.

● (16 heures) ●

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la députée, je vous fais simplement signe qu'il reste 3 min 30 s.

Postes des délégués régionaux

Mme Caron: Ça va bien, c'est une petite question courte. Dans la masse salariale, est-ce que la ministre fait effectivement référence à l'abolition de postes du côté des délégués régionaux au sein du ministère du Développement économique et régional? Parce que, avant la création du ministère, chaque région touristique avait son propre délégué touristique. Alors, dans la réorganisation des ministères qui a donné naissance au nouveau ministère, là, du Développement économique et régional, est-ce que les postes de délégués régionaux ont été abolis? Est-ce que c'est un des éléments, là, qui amènent cette diminution de la masse salariale?

Le Président (M. Tomassi): Mme la ministre.

Mme Normandeau: Bien, écoutez, on a deux bonnes nouvelles à transmettre à notre collègue. La première, c'est qu'il y a cinq personnes effectivement de Tourisme Québec qui ont été transférées dans les bureaux du MDERR en région et il y a vraiment un redéploiement de notre offre de services dans nos bureaux en région. À l'étude des crédits, avec le député de Blainville et mon collègue le ministre du Développement économique et régional, on a eu l'occasion d'apporter un certain nombre de précisions là-dessus.

Alors, compte tenu qu'il y a quatre ministères qui sont rattachés au MDERR, bien évidemment nous avons la responsabilité d'offrir des services qui sont rattachés à chacune des missions des quatre ministères. Donc, depuis le 1er avril dernier, les entreprises du secteur touristique qui souhaitent obtenir de l'information sur les programmes et les possibilités qui existent peuvent cogner à la porte du bureau du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche dans leur région. Alors, on a des gens qui sont formés actuellement, depuis le 1er avril en fait, pour donner les services dans le secteur touristique.

Ça veut donc dire qu'une personne, M. le Président, qui cogne à la porte de nos bureaux en région peut recevoir des informations du secteur... en tourisme, recherche, science et technologie, industrie, commerce et régions, qui sont les quatre volets rattachés au ministère du Développement économique et régional et de la Recherche. Donc, il n'y a pas eu de perte d'emplois, au contraire, il y a des gens à Tourisme Québec, qui étaient associés à notre organisation, qui ont choisi de mettre à contribution leur expertise dans les bureaux du ministère en région.

Le Président (M. Tomassi): Mme la députée, une petite dernière, une minute.

Dossier d'Intrawest

Mme Caron: Une petite dernière. Oh! que vous êtes gentil, M. le Président. Je pense que je vais aller à une courte, courte, vite. Bien, tiens, on l'a commencée cet après-midi, ça fait qu'on va la terminer: Intrawest. Alors, il y a eu des déclarations du premier ministre à l'effet qu'on ne finançait plus au niveau du secteur récréotouristique, et le ministre des Finances l'avait confirmé, il est revenu sur la décision. D'ailleurs, au niveau de l'étude des crédits, j'ai fait la vérification, le secteur récréotouristique est écarté.

Alors, qu'est-ce qu'il arrive dans ce dossier-là? Est-ce qu'il y a un échéancier? En même temps, peut-être le mont Sainte-Anne en même temps, vu que c'est du récréotouristique aussi. Est-ce qu'il y a un échéancier? Et est-ce qu'elle compte s'assurer d'obtenir la reconduction du secteur récréotouristique, au niveau des investissements de l'État?

Le Président (M. Tomassi): Une question moyenne, pas petite. Alors, Mme la ministre.

Mme Normandeau: En 30 secondes, peut-être, M. le Président, c'est ça, compte tenu qu'il nous reste très peu de temps. Bien, lui dire que notre gouvernement va continuer de supporter les projets à incidence touristique ou récréotouristique. On l'a vu au cours de la dernière année, le zoo de Granby, Aqua-Mer, c'est deux exemples concrets. Alors, il n'est pas question pour nous de nous désengager de ces secteurs d'activité qui sont très importants.

Lui dire également que, dans le dossier d'Intrawest, comme ministre du Tourisme évidemment je suis en mesure de témoigner toute l'importance que représente Tremblant pour l'économie du Québec; c'est un moteur sur le plan touristique et sur le plan économique pour la région des Laurentides. Elle a bien entendu notre collègue, puisqu'elle nous a interpellés tout à l'heure à la période des questions, notre collègue l'a rassurée, le ministre du Développement économique et régional, en lui disant que, oui, il y a des discussions avec les promoteurs du côté d'Intrawest. Le gouvernement va soutenir tout projet à incidence touristique ou récréotouristique, à la hauteur, à la mesure de nos moyens et qui respecteront un certain nombre de conditions, M. le Président. Et il n'est pas question de soutenir, comme le gouvernement précédent l'a fait, des projets où à peu près 80 % du montage financier se traduisait par l'implication ou par la mobilisation des deniers des contribuables. Il faut que le privé bien sûr fasse sa part, et le gouvernement viendra en appui, mais sous une forme, M. le Président, qui est différente de celle que proposait l'ancien gouvernement.

Alors, ce que je peux dire à notre collègue en terminant, c'est qu'effectivement tous les projets, les grands projets, qu'ils soient à incidence touristique ou récréotouristique, sont analysés par la Direction générale de l'Industrie et du commerce, par le sous-ministre, chez nous, qui est Gilles Demers. Alors, tous les projets sont analysés, M. le Président, à leur mérite.

Et notre collègue, dans sa question, tout à l'heure faisait référence au mont Sainte-Anne, à Intrawest. Tous projets, M. le Président, qui peuvent contribuer à donner un peu plus d'oxygène et puis à améliorer les performances du Québec sur le plan touristique seront bien sûr tous analysés à leur mérite.

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre. On va aller du côté du gouvernement. M. le député de Montmagny-L'Islet.

Financement des festivals et événements

M. Morin (Montmagny-L'Islet): Merci, M. le Président. Donc, j'en profite moi-même pour dire bonjour à la ministre et à son personnel, à nos collègues députés du côté ministériel de même que du côté de l'opposition, bonjour et bon travail.

J'en profite cet après-midi, Mme la Présidente... M. le Président, c'est-à-dire, pour saluer le travail acharné de tous les intervenants touristiques de Montmagny-L'Islet. Chez nous, le tourisme, c'est une activité économique très, très importante, et le milieu l'a bien compris. Si je regarde dans ce que vous nous avez déposé comme guide touristique officiel, dans mon comté, il y a plein, plein d'organismes. On a l'Office du tourisme de la Côte-du-Sud, à Montmagny; le CLD de la MRC de L'Islet, à Saint-Jean-Port-Joli, qui s'occupe de tourisme; la Corporation touristique de Berthier-sur-Mer, à Berthier-sur-Mer; Corporation de développement touristique de l'Isle-aux-Grues; ainsi que l'Association touristique de L'Islet-Sud. Donc, ces gens ont bien compris que le tourisme était très important.

Ma question va toucher au niveau des festivals et événements. Chez nous encore, il y a beaucoup d'événements durant l'été et durant l'hiver. Je n'ai qu'à nommer la Fête des chants de marins, à Saint-Jean-Port-Joli, Festival du bûcheux, à Saint-Pamphile, Carrefour de l'accordéon, que Mme la ministre a visité l'été passé; la Fête de la Saint-Hubert, Festival de l'oie blanche, Fête d'hiver de Saint-Jean-Port-Joli, la Mi-carême, à l'Isle-aux-Grues, qui est un événement international, et enfin l'Exposition régionale de Montmagny.

M. le Président, j'aimerais savoir de la ministre quelle aide financière sera accordée pour tous ces événements dans tout le Québec.

Le Président (M. Tomassi): Alors, Mme la ministre.

Mme Normandeau: M. le Président, je suis très heureuse de la question de notre collègue de Montmagny-L'Islet et surtout la grande attention qu'il a déployée pour féliciter et remercier les gens qui gravitent dans le secteur touristique de sa région. Évidemment, le témoignage de reconnaissance qu'il livre s'adresse bien sûr à tous les bénévoles qui gravitent dans tous les événements très... ce qui permet à notre industrie effectivement d'être une industrie dynamique.

On dit souvent, M. le Président, que le Québec, c'est une terre de festivals, et, au Québec, juste Tourisme Québec finance à peu près... plus de 300 événements. Alors, il y a les événements majeurs internationaux — Tourisme Québec en finance 19 — et

les événements qu'on retrouve en région. Il y a bien sûr Tourisme Québec qui apporte son appui, mais il y a aussi le ministère de la Culture et des Communications; il y a aussi, M. le Président, le ministère des Affaires municipales, du Sport et du Loisir; il y a aussi, d'une certaine façon, le ministère des Relations internationales, donc, M. le Président, qui apporte de temps à autre son soutien à certains événements.

La bonne nouvelle, c'est que le financement pour ces événements sera maintenu pour 2004-2005. C'est 10 millions de dollars donc qui seront consacrés au financement des grands événements, à raison de 7,5 millions et 2,5 millions, M. le Président, qui permettront de financer un certain nombre d'événements qu'on retrouve en région. Et je dois vous dire qu'on doit être très, très fier de toute l'imaginerie, toute l'innovation qui se déploie en région justement pour offrir aux visiteurs et aux touristes des produits de qualité. On a vraiment des événements, là, qui permettent au Québec vraiment de se distinguer par rapport à d'autres destinations, M. le Président. Les événements majeurs internationaux, on pense au Festival Juste pour Rire, au Festival de jazz, M. le Président, au Festival de Saint-Tite. Et, comme notre collègue le soulignait tout à l'heure, j'ai eu l'occasion, l'année dernière, d'aller avec lui au Festival mondial de l'accordéon, qui est absolument extraordinaire. On a des accordéonistes de tout le monde, de la planète entière qui viennent sur une scène à Montmagny, M. le Président, nous livrer des prestations. Il y en a pour tous les goûts, et moi, j'ai été emballée par l'événement. Notre collègue également faisait référence à la Fête des chants de marins qui va se tenir cet été à Saint-Jean-Port-Joli. J'ai l'intention également de m'y rendre parce que c'est un événement qui permet de mettre en valeur tout le côté maritime de la région du Bas-du-Fleuve, M. le Président.

Alors, voilà. Il y a un certain nombre d'événements comme ceux-là, M. le Président, qu'on soutient. Mais ce qu'il est important de retenir, c'est la bonne nouvelle, 10 millions de Tourisme Québec qui va nous permettre de financer les grands événements, les événements majeurs internationaux et également, M. le Président, les événements en région.

● (16 h 10) ●

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre. Et je passe la parole au député de Rouyn-Noranda, une autre région où le tourisme est important.

Contenu d'une politique du tourisme

M. Bernard: Vous m'ôtez les mots de la bouche, M. le Président. En premier lieu, j'aimerais saluer Mme la ministre déléguée, la critique de l'opposition en matière de tourisme et mon collègue député ici présent, tout le personnel de l'Assemblée, également toutes les personnes qui accompagnent Mme la ministre ici aujourd'hui.

Tout comme mon collègue de Montmagny-L'Islet, je veux en premier lieu saluer tous les partenaires du tourisme en Abitibi-Témiscamingue, particulièrement les gens de Tourisme Abitibi-Témiscamingue et les tables de concertation, celle de Rouyn-Noranda et celle du Témiscamingue. Tous ces gens travaillent très fort à la promotion du tourisme et

font de l'excellent travail. Ils sont dynamiques, et à preuve, l'Abitibi-Témiscamingue est une des régions qui ont quand même encore une fois affiché une croissance au niveau du tourisme l'année dernière. La région est tellement dynamique que l'association des ATR a choisi M. Jocelyn Carrier, que je salue tout particulièrement, de la région, comme président, puis tous les gens qui connaissent Jocelyn Carrier... c'est une personne très dynamique qui ne fait autrement que nous pousser dans le dos et même nous traîner surtout. Alors, je salue particulièrement M. Jocelyn Carrier ici devant vous.

Comme vous disiez, M. le Président, l'Abitibi-Témiscamingue est une région où le tourisme est en effervescence. On a des activités qui sont également reconnues en Amérique du Nord et même internationalement, telles que le Rodéo du camion, le Festival du cinéma. Mais qu'est-ce qui démarque encore la région, c'est qu'il se greffe des nouvelles activités pratiquement toutes les années. Il y a trois ans, on a eu la Foire gourmande, au Témiscamingue, qui a eu une croissance de clientèle assez exceptionnelle; cette année, ils rajoutent une journée parce que la demande était trop forte. L'année dernière, on a eu le Festival de musique émergente, qui a eu pour sa première année 4 000 visiteurs, et je voudrais remercier Mme la ministre déléguée pour son support à cette activité, une première; parce que les gens savent pertinemment que, quand on a une première activité — surtout celle-là, qui était organisée par des jeunes, qu'il faut noter, parce que c'étaient tous des jeunes en bas de 25 ans de façon générale — les supports en commanditaires sont très difficiles, et Mme la ministre a très bien répondu à l'appel, et d'ailleurs elle a répondu encore à l'appel récemment.

Et, cette année, on va avoir une nouvelle activité qui est le festival d'Osisko; on va avoir un festival de feux d'artifice maintenant en Abitibi-Témiscamingue. Alors, Mme la ministre, je vous annonce tout de suite qu'on va venir faire des demandes — ça, je peux vous dire ça — parce que je compte encore une fois sur votre support, que je sais qu'il est toujours indéfectible.

Mais la grande activité, cette année, va être le Vélo Tour, une activité de cyclotourisme qui va avoir lieu du 14 au 17 juillet. Si je fais cette annonce à tous les gens, ici, au Québec, c'est que je vais être le président d'honneur, alors je vous invite tous à vous joindre à moi, à venir pédaler quatre jours en Abitibi-Témiscamingue, 80 à 100 km par jour, une super visite de la région — ça démarre à Rouyn-Noranda, on se dirige vers Val-d'Or et Amos — alors une activité touristique mais également agroalimentaire. Alors, j'invite la population du Québec à vous joindre à cette activité qui sera très agréable. Et d'ailleurs je tiens à souligner que le député d'Abitibi-Ouest, M. François Gendron, était le président d'honneur l'année dernière. Alors, en tant que gouvernement maintenant, il fallait également continuer le pattern et montrer que les politiciens, en plus de patiner, savent pédaler.

Ceci étant dit, Mme la ministre, au mois de janvier, donc lors de la rencontre du Forum de l'industrie touristique, vous avez, avec les gens, parlé de la politique de tourisme du Québec, la nouvelle politique touristique qui devrait être déposée cet automne. Alors, j'aimerais beaucoup, M. le Président, que

Mme la ministre puisse nous entretenir sur les visées de cette nouvelle politique du tourisme, M. le Président.

Le Président (M. Tomassi): Alors, Mme la ministre.

Mme Normandeau: Oui, merci, M. le Président. Je remercie notre collègue de sa question... bien le féliciter tout d'abord pour la présidence d'honneur qu'il va assumer pour l'événement au niveau du vélo, M. le Président. On sait pourquoi notre collègue a une taille aussi svelte, M. le Président, c'est un amateur de vélo. Alors, on le félicite. Lui dire également que j'ai eu la chance de participer au gala des Grands Prix du tourisme, à l'édition régionale à Amos, dernièrement, j'ai eu un accueil absolument extraordinaire, chaleureux. Et notre collègue a tout à fait raison de souligner le travail de Jocelyn Carrier, qui est le président de l'Association touristique régionale Abitibi-Témiscamingue, Jocelyn Carrier qui est un homme dévoué à l'industrie, connu et reconnu. Et je vous en parle, M. le Président, parce que Jocelyn Carrier est également le coprésident du Forum de l'industrie touristique, forum donc — je vous en parlais dans mes remarques préliminaires — qui se réunit depuis le mois de novembre dernier. Nous avons tenu trois rencontres. Notre objectif est d'élaborer une nouvelle politique touristique, M. le Président. On le fait... Si ma mémoire m'est fidèle, il y a précisément 41 associations sectorielles qui sont assises autour de la table, qui ont des intérêts, M. le Président, qui ne sont pas toujours compatibles, là, et ça, c'est le défi lorsqu'on rédige en collégialité une politique touristique. Ce sera une politique gouvernementale qui ne sera pas l'affaire uniquement de Tourisme Québec, mais c'est une politique qui va aussi mobiliser d'autres ministères dont la mission aussi bien sûr est tournée... où leur mission a une incidence sur le plan touristique. On pense bien sûr au ministère des Ressources naturelles, de la Faune et des Parcs, au ministère de la Culture, la SEPAQ, également le ministère des Transports, etc.

M. le Président, nous nous sommes fixé, pour la première fois au Québec, un horizon qui est celui de 2010. Alors, ensemble nous avons décidé, en 2010, d'avoir une performance qui nous permettrait donc d'atteindre des recettes générées de 13 milliards de dollars en 2010. C'est la première fois, M. le Président, là, si ma mémoire m'est fidèle, qu'on se fixe des objectifs clairs, des objectifs à atteindre notamment au niveau des recettes touristiques.

J'ai ici, M. le Président, un tableau, et c'est une page qui résume les huit grandes orientations sur lesquelles l'ensemble des associations, des partenaires qui sont autour de la table... les orientations sur lesquelles nous nous sommes entendus justement pour rédiger la politique. Mais d'entrée de jeu ce que je peux vous dire, c'est que le développement durable est le principe sur lequel repose l'ensemble... reposera l'ensemble de la politique. On parle de plus en plus de développement durable, mais, M. le Président, ce n'est pas un concept qui est vide de sens, surtout dans le secteur touristique. C'est un concept qui doit avoir des applications concrètes, et ça, en soi, c'est tout un défi, parce que évidemment, lorsqu'on parle de

développement durable sur le plan touristique, c'est de privilégier un développement non seulement qui tienne compte de l'environnement, mais qui aussi implique les populations locales, M. le Président, donc que le développement soit compatible avec les priorités, les choix des populations qu'on trouve dans nos communautés.

Alors, M. le Président, nous avons défini une vision. Que le tourisme — vous me permettez de vous l'énumérer — que le tourisme devienne durant toute l'année une source de richesse économique, sociale et culturelle pour toutes les régions du Québec, et ce, dans le respect des principes du développement durable.

Objectif: on souhaite porter les recettes à 13 milliards de dollars en 2010 tout en respectant les valeurs suivantes, elles sont au nombre de trois:

1° la viabilité économique des régions, la rentabilité des entreprises touristiques;

2° le respect de l'environnement, de la diversité culturelle et régionale ainsi que des populations locales; et

3° l'équité notamment pour les intervenants touristiques sectoriels, territoriaux et bien sûr entre les générations.

Alors, il y a donc, rattachées à cette vision, cet objectif, ces valeurs, huit grandes orientations, concernant l'accessibilité, par exemple, des produits, également avoir une offre touristique qui soit attrayante, avoir des produits qui soient de qualité, authentiques, durables et tournés vers l'avenir. On parle bien sûr de promotion, de l'accueil aussi, M. le Président, on parle également donc de la qualité bien sûr et d'une dimension qui est extrêmement importante, c'est la main-d'oeuvre, la qualification de la main-d'oeuvre dans le secteur touristique.

Et, M. le Président, je souhaiterais profiter de l'étude des crédits pour vous annoncer une autre bonne nouvelle, parce qu'il n'y a que des bonnes nouvelles depuis le début de cet exercice, M. le Président, c'est que pour la première fois au Québec se tiendra, en octobre prochain, le premier Gala de la relève touristique. C'est grâce à une femme que certains d'entre vous connaissez, qui est Mme Lucille Daoust, qui est la directrice générale de l'ITHQ, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec, qui a donc, avec la complicité d'un homme qu'on connaît tous à la télévision, M. Ricardo Larrivée, Ricardo qui est le porte-parole de ce concours qui permettra de donner, d'accorder 12 bourses, chacune de 1 000 \$, à des jeunes qui ont choisi donc la profession, une profession dans le secteur de la gestion hôtelière ou du tourisme. Et c'est absolument extraordinaire, parce qu'on a l'occasion unique, d'une part, de faire la promotion des opportunités de carrière qui existent dans le secteur touristique, et il y en a 400, M. le Président, plus de 400, et, deuxièmement, c'est aussi une belle occasion de valoriser les professions du secteur touristique.

Alors, pour rassurer notre collègue le député de Rouyn-Noranda—Témiscamingue, lui dire que la prochaine rencontre du forum se tiendra le 17 juin prochain. Il y a des consultations par la suite qui vont se tenir avec les autres ministères. On souhaite déposer la politique à l'automne, en tenant des assises, sur le plan touristique, pour faire part bien sûr du plan d'action qui sera rattaché à la politique.

Et une autre nouveauté, celle-là est très importante, les gens ont la possibilité d'aller consulter dans Internet, M. le Président, sur le Web, les travaux, l'avancement des travaux du forum. Alors ça, c'est très important, parce que même les associations, qui sont associées à la politique touristique, ont aussi la possibilité de nous faire leurs commentaires, là, en ligne. Et il y a un secrétariat qui a été créé, un secrétariat du forum qui a été créé, qui nous permet effectivement d'avoir un soutien constant, là, et continu auprès des partenaires qui sont autour de la table, M. le Président.

● (16 h 20) ●

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre. On comprend mieux... je comprends mieux l'assiduité du député de Rouyn, à tous les midis, de faire une heure de bicyclette stationnaire pour se pratiquer pour son grand tour. Alors, je céderais la parole au député de Montmagny-L'Islet.

Impact de l'intégration de Tourisme Québec au ministère

M. Morin (Montmagny-L'Islet): Merci, M. le Président. On sait maintenant que Tourisme Québec a été intégré au ministère du Développement économique et régional et de la Recherche. Suite à cette intégration, j'aimerais savoir quels bénéfices en retirera Tourisme Québec.

Le Président (M. Tomassi): Alors, Mme la ministre, en quatre minutes.

Mme Normandeau: Je serai plus concise, plus courte que quatre minutes, M. le Président. Alors vous dire qu'effectivement un des grands avantages rattachés à l'intégration de quatre ministères au sein du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche, c'est que nous pouvons assurer une meilleure adéquation entre les politiques économiques et les politiques en développement régional. Et, quand on vous parle de politique de développement régional, bien sûr on fait référence à tous les outils qui existent également sur le plan touristique. Tout à l'heure, la question de notre collègue la députée de Terrebonne... On a fait un certain nombre d'économies rattachées au fait que nos équipes maintenant travaillent ensemble. Ça veut donc dire... M. le Président, moi qui ai la chance de porter deux chapeaux, et le développement régional et le tourisme... alors, lorsqu'on fait des interventions pour soutenir une entreprise touristique, bien on a la possibilité également de voir quels sont les programmes, par exemple, que nous pourrions... qu'on peut offrir à nos entreprises touristiques, qui sont ailleurs dans le ministère, M. le Président, que ce soit en recherche, science et technologie ou encore au niveau de l'industrie et du commerce ou du côté développement régional.

Donc, on a une plus grande gamme d'outils, de moyens. Ça, c'est un des avantages maintenant qui est rattaché au fait que Tourisme Québec fasse partie de la grande équipe du MDERR: on a donc un plus grand nombre d'outils pour soutenir le secteur touristique, M. le Président, et certainement du même coup une plus grande marge de manoeuvre, M. le Président.

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre. Vous avez bien fait. Alors, il restera un peu de temps. M. le député de Montmagny-L'Islet.

Aide au Jardin zoologique de Granby

M. Morin (Montmagny-L'Islet): Oui. Merci, M. le Président. Juste une petite interrogation. Vous avez parlé dans votre discours d'introduction du zoo de Granby. J'aimerais savoir pourquoi vous avez injecté de l'argent au zoo de Granby.

Le Président (M. Tomassi): Alors, Mme la ministre.

Mme Normandeau: C'est une très bonne question, M. le Président, parce que c'est probablement une question que se sont posée bien des gens lorsqu'ils ont appris notre décision. Tout d'abord vous dire que le dossier du zoo de Granby est analysé sur une base d'affaires, et c'est une infrastructure, un produit majeur avec des infrastructures qui demandaient à être améliorées. Le zoo de Granby, il faut savoir que c'est une institution, hein, pour Granby, c'est un établissement, en fait un attrait qui est là depuis maintenant plus de 50 ans, et c'est une attraction qui a fait ses preuves. Alors, l'aide financière qui est consentie, M. le Président, est consentie... on parle d'un montant de 14,5 millions qui vraiment permettra d'apporter une valeur ajoutée aux équipements qui existent déjà au zoo de Granby. Je dois vous dire que notre collègue le député de Shefford a travaillé très, très fort à la concrétisation d'un investissement comme celui-là, et c'est tout à son honneur, parce que sincèrement, M. le Président, si notre collègue n'avait pas été aussi déterminé, je suis convaincu que cet investissement ne se serait pas réalisé, et je vous le dis franchement, et c'est en toute transparence, parce qu'il a été un collaborateur absolument extraordinaire.

Donc, c'est une attraction qui reçoit plus de 500 000 visiteurs par année. Saviez-vous, M. le Président, qu'après le Biodôme c'est l'attraction touristique qui reçoit le plus de visiteurs? Et ça, c'est en région, il faut se le dire, et c'est vraiment une attraction... c'est un produit d'appel, et quand on parle de produits d'appel, là, ça veut donc dire que c'est un produit qui exerce un effet attractif suffisamment fort pour que les gens se déplacent, que leur motif de déplacement soit uniquement le zoo de Granby. Alors ça, c'est extrêmement important pour nous et c'est un investissement qui vraiment va permettre au zoo d'améliorer ses performances pour le futur, M. le Président.

Et, au niveau du nombre de création d'emplois, bien on va générer 140 nouveaux emplois avec un investissement comme celui-là. Et c'est important aussi de souligner que, compte tenu que l'investissement au total de 35 millions... les investissements qui seront générés, de 35 millions, vont permettre au zoo de conserver son accréditation de l'Association américaine des zoos et aquariums, M. le Président, parce qu'il y a des standards, des normes sur le plan international qui sont très strictes, notamment pour les conditions de contention des animaux, qui font en sorte que certaines... effectivement, certains équipements et

certaines infrastructures qui étaient en place n'étaient plus du tout adéquats, concernant les normes justement qui sont exigées par l'Association américaine des zoos et des aquariums.

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre, et j'abonde dans le même sens. Étant père de quatre enfants et ayant eu le plaisir d'aller visiter le zoo de Granby, je peux vous dire que les enfants en redemandent encore. Alors, Mme la députée de Terrebonne.

Stratégie et choix en matière de promotion

Mme Caron: Merci, M. le Président. Alors, M. le Président, à juste titre la ministre, tantôt, et ses collègues citaient les compétences de M. Jocelyn Carrier comme président au niveau de l'Association touristique régionale, pour ce qui est du Québec, et je veux seulement rappeler que je le citais, moi aussi, dans mes remarques préliminaires, le 24 avril, M. Jocelyn Carrier, et je le cite: «Je me demande comment le ministère peut couper autant sans que cela se fasse sentir.» Donc, si on reconnaît ses compétences, il faut aussi reconnaître que, lorsqu'il s'inquiète de certaine coupures, il a l'expérience et les connaissances et les compétences aussi.

Je veux revenir sur toute la question de la promotion touristique. Donc, le 3 mai dernier, la ministre déléguée du Tourisme a annoncé un investissement de 20 millions pour la promotion estivale — elle l'a répété tantôt dans ses remarques préliminaires — mais, de cette somme, seulement 5,2 millions sont versés par Tourisme Québec, alors que 14,8 millions sont investis par les associations touristiques régionales, à partir des revenus, évidemment, de la loi n° 76 que nous avions adoptée.

Je veux rappeler aussi que tantôt la ministre nous a dit: Nous mettons 100 000 \$ de plus qu'en 2003. Sauf qu'en 2003 elle avait déjà coupé... Tourisme Québec avait déjà coupé de moitié son budget de publicité. Alors, l'été 2002, pour le budget de publicité, donc c'était une coupure de 7,4 millions, et en 2003, 3,8. C'est ça, donc 3,8. Et donc, cette année, elle met 100 000 \$ de plus, mais, l'an passé, le budget, il avait été coupé de moitié, là, au niveau de la publicité par Tourisme Québec.

Et déjà, l'an passé, on remarquait cette répartition-là aussi qui était changée, c'est-à-dire que — je cite les chiffres de 2003 — Tourisme Québec avait mis 13,5 millions, et les ATR s'étaient retrouvées avec la différence effectivement, au niveau du budget... Donc, non, je m'excuse, seulement... le contraire: 3,8 millions par Tourisme Québec, et la différence des quelque 20 millions prévus, par les ATR, exactement comme cette année.

En fait, même l'ex-directeur... parce que le directeur des ATR associées à l'époque, M. Claude Ducharme, était particulièrement irrité, et je le cite: «Ce désengagement de l'État irrite particulièrement le directeur, M. Claude Ducharme, des ATR associées qui rappelle que les régions ont accepté d'implanter la taxe hôtelière de 2 \$ la nuitée à condition que le gouvernement continue de les soutenir. Présentement, c'est le contraire qui se produit.» Et je l'ai dit dans mes

remarques préliminaires. L'intention de la loi n° 76, c'était d'ajouter des fonds pour les associations touristiques régionales pour qu'elles puissent faire davantage de promotion, mais ce n'était pas de dire: Tourisme Québec va en mettre moins parce que maintenant les associations touristiques ont un nouvel outil de développement. Donc, c'était pour un plus, ce n'était pas pour transférer, là, les vases communicants.

Cet été, on remarque aussi qu'il n'y a aucune contribution publique autre de la part de l'État que Tourisme Québec. Donc plus de subventions de la part de la SEPAQ. On comprend peut-être pourquoi: parce que, dans la réingénierie annoncée aujourd'hui, la SEPAQ disparaît. Elle avait investi l'an passé 2,1 millions dans la campagne de promotion pour l'été 2003. Il n'y a plus, non plus, d'investissement de la part de Loto-Québec, qui par le passé collaborait étroitement avec Tourisme Québec pour les campagnes promotionnelles. Donc finalement le poids de la promotion repose très fortement sur les ATR et donc sur la fameuse taxe d'hébergement.

● (16 h 30) ●

De plus, cet été, l'industrie a choisi d'investir massivement sur le marché québécois, donc en ciblant principalement les familles, les professionnels à revenus plus élevés. Avec la nouvelle que nous avons entendue ce matin — j'avoue que c'est la première réaction qu'on a eue ce matin en entendant la nouvelle de l'augmentation assez drastique au niveau de l'essence — c'est évident que ce tourisme-là sur lequel on compte à l'intérieur du Québec, avec une levée du prix de l'essence, ça ne facilite pas l'atteinte de nos objectifs, c'est le moins qu'on puisse dire. On n'ira pas plus loin de ce côté-là, mais c'est vrai que ça ne pas.

Nous avions aussi... Au moment de 2001, avec le 11 septembre, on avait ciblé tout le marché limitrophe américain et on avait obtenu des résultats intéressants. Là, le marché limitrophe américain est vraiment ciblé très modestement. Il n'y aura pas de campagne télé aux États-Unis. On a abandonné aussi la porte-parole, qui était Mme Céline Dion, qui nous avait permis, je le rappelle, à l'été 2002, là, d'avoir des résultats assez exceptionnels au niveau du tourisme.

Donc, est-ce que la ministre peut nous expliquer d'abord pourquoi elle a mis un terme à l'association de Tourisme Québec avec Céline Dion, puisque c'était un partenariat qui était fructueux? Est-ce qu'elle peut nous dire si elle a fait des représentations auprès de ses collègues responsables de la SEPAQ, puisqu'il n'y a pas d'investissement cette année, et auprès de Loto-Québec pour qu'ils participent à la campagne de promotion estivale? Pourquoi on n'a aucune contribution de ces partenaires majeurs qui étaient là jusqu'à maintenant? Donc, ils ne sont pas là, dans le plan qu'elle nous a déposé le 3 mai dernier.

Est-ce qu'elle peut nous dire aussi sa stratégie pour l'automne et l'hiver prochains, les montants qu'elle entend investir, les marchés qui sont visés? Est-ce qu'elle peut nous dire aussi — visiblement, elle semble abandonner, comme l'an passé, le marché américain pour la prochaine année — donc les impacts qu'on prévoit, le déficit touristique pour 2003 par rapport à 2002, au niveau des entrées au niveau du marché américain, et les prévisions pour 2004?

Et enfin, question aussi de fond, je pense, on détourne vraiment les objectifs de la loi n° 76; ce n'était vraiment pas de diminuer la participation de l'État, c'était d'ajouter, de faire un plus. On sait que ce n'est pas des budgets qui sont quand même énormes et qu'ils sont tout à fait essentiels au niveau de la promotion au niveau du Québec. C'est évident que les ATR sont capables de faire des campagnes de promotion au niveau des différentes régions du Québec puis, à l'intérieur du Québec, de faire connaître leurs produits de plus en plus, et tout ça. Mais on a besoin, sur le marché international, d'une participation majeure de Tourisme Québec pour présenter, au niveau international, le Québec avec l'ensemble de ses régions puis l'ensemble de ses produits. Alors, quand on ramène la promotion presque exclusivement, hein, le gros des montants, là, les 3/4 des montants sont du côté des ATR, donc il reste une somme de 5,2 millions du côté de Tourisme Québec. Donc, c'est évident qu'on ne peut pas faire le même type de campagne et de promotion au niveau international.

Voilà! Je sais que c'est plusieurs questions, mais je pense que ce sont les questions que le milieu se pose aussi. Et, je le disais tantôt, les résultats au niveau touristique, c'est très lié à la promotion.

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la députée. Mme la ministre, pour les nombreuses questions.

Mme Normandeau: M. le Président, je suis très heureuse de la question de notre collègue la députée de Terrebonne, très, très heureuse parce qu'elle me permettra de lui donner davantage de précisions par rapport à l'annonce que nous avons faite lundi. Donc, une campagne promotionnelle de 20 millions de dollars sur les marchés américain, québécois, outre-mer, également canadien, ontarien. Lui dire également, M. le Président, que la stratégie que nous avons privilégiée, elle a été faite en concertation avec les ATR, l'Office du tourisme et des congrès de Québec et Tourisme Montréal. Ce n'est pas tout, M. le Président, d'injecter, d'injecter et d'injecter de l'argent, mais encore faut-il que nous puissions avoir des stratégies qui donnent des résultats. La stratégie qui a été ciblée, trois mots clés: diversifier nos façons de faire et nos interventions; le faire en convergence; et cibler également nos clientèles, M. le Président.

Je vais lui donner un exemple bien, bien concret. Cette année, les ATR du Québec vont tenir... 10 ATR vont faire des campagnes télé sur le marché québécois et 6 ATR vont faire des campagnes radio sur le marché québécois. Aucun joueur, que sont les ATR, Tourisme Montréal et l'Office du tourisme et des congrès de Québec, ne sera à l'international. Alors, ce que nous avons choisi de faire, M. le Président, c'est de réduire nos efforts sur le marché intra-Québec, sur le marché québécois, pour augmenter nos efforts à l'outre-mer. Et je vais lui donner un exemple bien concret: on augmente donc notre participation, on va passer d'une participation qui était de 850 000 \$ l'an passé, à l'outre-mer, à 1 275 000 \$, M. le Président, cette année. Et je vais vous donner un exemple très, très concret de ce que ça donne. Vous connaissez tous le magazine *L'Express*,

qui est un magazine très connu. Alors, cette année, la campagne de Tourisme Québec pour l'été, le nouveau concept qui a été élaboré, c'est: *Avez-vous le coeur assez grand? Le Québec, terre des grandes émotions.* Alors, qu'est-ce qu'on voit, M. le Président? Bien, évidemment ce que vous connaissez tous, c'est-à-dire notre baleine, la baleine de Tadoussac, M. le Président, qui est mise en valeur sur le marché français. Donc *L'Express*, *Le Nouvel Observateur*, M. le Président, le magazine *Elle* également, il y a une campagne radio qui va être faite sur Europe 1... va nous permettre de rejoindre plusieurs millions de Français sur un marché qui est extrêmement important pour le Québec.

Un autre exemple à l'outre-mer, M. le Président, c'est les campagnes que nous avons menées sur le marché mexicain. L'an passé, un événement important s'est tenu au Mexique, qu'on a appelé Voilà Québec, dans lequel le gouvernement a investi, M. le Président, plus de 1 million de dollars, et c'est un marché qui est prometteur pour nous, dans lequel d'ailleurs on anticipe une croissance de 6 % pour 2004.

Même chose, M. le Président, sur le marché italien. On s'est associé avec Air Transat justement pour... Vous connaissez bien, M. le Président, l'Italie, n'est-ce pas? Alors, c'est un marché qui est intéressant, avec lequel on s'est associés du côté... avec Air Transat.

Il y a deux nouveautés, M. le Président, cette année. Quand on vous dit que c'est un marché, le tourisme, c'est un secteur d'activité qui est très concurrentiel, où il y a une multitude de joueurs qui investissent les marchés, bien on s'est dit: Comment, nous, aller cibler un certain nombre donc de clientèles? On a privilégié deux catégories: les familles, également la clientèle, comme je disais tout à l'heure, de professionnels avec des revenus un peu plus élevés.

La famille, ça va donner quoi, M. le Président? Ça va donner un encart comme celui-ci. Ça, c'est un encart qui sera distribué — je vous donne un exemple bien concret — sur le marché américain et ontarien. En Ontario plus spécifiquement, il y a, si ma mémoire m'est fidèle, 200 000 exemplaires, 200 000 copies qui vont être insérées dans le *Toronto Star* et 50 000 dans *Ottawa Citizen*. Et il y aura aussi une brochure de 28 pages qui, elle, sera insérée dans une pochette donc qui est vraiment dédiée spécifiquement à la famille, M. le Président. Vous avez des enfants, et souvent, croyez-le ou non, c'est les enfants qui vont décider de la destination des vacances. Alors donc, on a créé une brochure, et, dans la brochure, il y a une nouveauté, c'est qu'il y a même un cahier, M. le Président, un cahier où on peut faire des dessins, où il y a des questions sur le Québec auxquelles sont invités à répondre les enfants. Et ça, c'est absolument extraordinaire. J'ai ici donc, M. le Président, des exemples de ce que peut ressembler la brochure. Il y a donc 28 pages, c'est une brochure qui est vivante, qui est pleine de couleurs; il y a également des forfaits qui sont insérés à l'intérieur. Il y a aussi, M. le Président... La brochure famille, là, on m'indique, elle sera distribuée en fait au total à 700... la brochure famille, 350 000 copies, c'est une brochure de près de 30 pages, et l'encart famille sera distribué à 450 000 copies.

Un autre exemple de ce qu'on fait sur le marché américain, M. le Président, il y a un encart ici qui, lui,

va être distribué, à plus de 925 000 copies, si mémoire m'est fidèle, dans certains journaux américains. Et tout à l'heure notre collègue se questionnait sur la SEPAQ. La SEPAQ a acheté une page complète, ici, dans cet encart qui sera distribué sur le marché américain. On a aussi ciblé un certain nombre de magazines. Vous connaissez tous la *National Geographic*. Alors, dans ce magazine, on retrouvera donc l'encart qui a été préparé pour faire connaître les beautés, les charmes du Québec, M. le Président.

Pour ce qui est de la SEPAQ, la SEPAQ cette année a privilégié une campagne panneau plutôt qu'une campagne télé. On se souviendra tous du pic-bois, l'année passée, qui est un peu la marque de commerce de la SEPAQ. La SEPAQ a réorienté ses stratégies cette année. Et donc, là-dessus, je tiens à rassurer ma collègue, la SEPAQ est toujours présente, mais elle le sera de façon différente.

● (16 h 40) ●

Pour ce qui est du partenariat avec Céline Dion, effectivement le contrat se terminait cette année. Mme Dion, qui est une chanteuse absolument extraordinaire, qui est une ambassadrice aussi qui fait honneur au Québec, a très bien servi nos intérêts au cours des dernières années, mais, M. le Président, compte tenu que nous avons décidé de cibler davantage nos clientèles, nous avons privilégié donc une nouvelle stratégie. Ça veut dire quoi, M. le Président? Ça veut dire concrètement que la brochure... je ne vous en ai pas parlé, mais la brochure qui est faite aussi pour nos professionnels, qui s'intitule *Charme, luxe et raffinement*, on leur démontre... donc on leur offre un produit qui, on l'espère, saura répondre à leurs besoins. Cette brochure sera... donc cet encart sera inséré dans un magazine qui s'appelle *Food & Wine*, qui est un magazine donc qui s'adresse à une clientèle bien particulière. Alors, encore une fois on fait référence à des stratégies très, très ciblées. Il y a même, M. le Président, des encarts qui seront insérés dans les journaux, dans certains journaux américains qui seront, eux, distribués seulement dans certains quartiers. C'est presque une opération chirurgicale qu'on fait pour vraiment aller rejoindre les gens dans leurs foyers.

Et autre bonne nouvelle, M. le Président, il y a un magazine, ici, italien, peut-être que vous connaissez. Alors, il y a... c'est une... la couverture, en fait, c'est le rocher Percé. Alors ça, c'est un magazine qu'on trouve en Italie et dans lequel on trouve... M. le Président, c'est une collaboration qu'on a obtenue, avec bien sûr les attraits qu'on trouve au Québec, là. Alors, c'est vraiment un magazine qui nous permet de faire la promotion du Québec du côté de l'Italie.

Alors, c'est des exemples, M. le Président, que je vous donne aujourd'hui. Notre objectif évidemment, c'est d'augmenter de 1,7 % la croissance du nombre de visiteurs. On va encore plus loin que ça, M. le Président, en ciblant spécifiquement des taux de croissance pour certains marchés, le marché américain, le marché québécois et également donc les marchés internationaux. Je vais vous donner un exemple bien concret. On souhaite que, pour le marché américain, notre croissance soit de 1,5 %. Les autres marchés internationaux, on parle de l'outre-mer, on parle de 1,9 %. Le Québec, 1,2 %, et les autres provinces, 5 %,

M. le Président, pour un taux de croissance anticipé global de 1,7 % sur nos marchés.

Alors, voilà. On a fait des choix qui, on le pense, sont tout à fait en lien avec les stratégies qu'on veut déployer. Si, par exemple, les ATR, qui déploient davantage de moyens, vont investir 8,7 millions sur le marché québécois, bien évidemment, logiquement, M. le Président, ce serait vain pour Tourisme Québec d'en rajouter sur un marché qui est déjà très achalandé en termes de promotion. Alors, ce qu'on a choisi en concertation avec les ATR, c'est de leur dire: Écoutez, c'est impossible pour vous d'aller à l'outre-mer parce que vous n'avez pas nécessairement les moyens de le faire. Nous, on a des bureaux Destination Québec qui sont à l'étranger. On a les outils, les moyens pour le faire. Bien, écoutez, on va concentrer nos efforts plutôt sur les marchés outre-mer.

Mais ça ne veut pas dire pour autant que Tourisme Québec se désengage totalement du marché de l'intra-Québec. On intervient quand même du côté intra-Québec, mais de moindre envergure que ce qu'on a fait dans le passé, M. le Président. Par exemple, du côté de l'intra-Québec, Tourisme Québec investira cette année 755 000 \$. Sur le marché ontarien, on parle de 900 000 \$. Je vous parle uniquement des contributions de Tourisme Québec. Sur le marché américain, 2 265 000 \$. Un exemple concret de collaboration avec la Commission canadienne du tourisme, on fait une campagne radio sur le marché de Boston pendant un mois, en juin, avec la collaboration de la Commission canadienne du tourisme. C'est un investissement de près d'un demi-million de dollars. À l'international, outre-mer, on parle de 1 275 000 \$ d'investissements de Tourisme Québec.

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre. Mme la députée, trois minutes.

Mme Caron: Merci, M. le Président. J'apprécie l'habileté de la ministre de nous parler toujours des chiffres de 2003, parce que en fait les chiffres les plus importants étaient en 2002, et, en 2003, il y a eu des coupures. Ça fait que c'est sûr que par rapport à 2003 il y a une augmentation, mais, si on comparait avec 2002, il y a des coupures.

Bon, concernant la raison du côté de Mme Dion, dans l'article où on la citait, ce n'était pas tout à fait ça, on parlait plutôt de la capacité financière de pouvoir diffuser le message.

Contenu d'une politique du tourisme (suite)

Je veux maintenant aborder la question de la politique québécoise en tourisme, parce que la ministre nous en a parlé, il y a eu concertation avec les intervenants. Mais, par contre, on ne retrouve strictement, mais strictement aucun montant de prévu au niveau des crédits pour cette politique touristique québécoise. Et elle doit être déposée à l'automne. Si elle est déposée à l'automne, il nous reste quand même plusieurs mois jusqu'au prochain budget. Donc, est-ce à dire que, si on l'adopte à l'automne, il n'y aura aucun montant pour un plan d'action immédiat à partir de l'adoption de cette politique-là?

L'autre élément que je voulais questionner la ministre, c'est évidemment: Est-ce qu'il va y avoir une consultation? Parce que, dans les différents documents dont j'ai pris connaissance, on semble nous dire que, bon, la prochaine étape, les partenaires s'entendent. Ensuite, ça s'en va du côté des bureaux des sous-ministres. C'est déposé à l'automne et ça va être présenté aux partenaires. Ce seraient des assises, donc les partenaires entre eux, mais on ne nous parle pas de consultation plus générale, on ne nous parle pas de commission parlementaire, on nous présente davantage cette politique-là comme une assise qui serait limitée aux partenaires touristiques qui ont travaillé sur la politique. Alors, où on va prendre l'argent?

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la députée. Mme la ministre.

Mme Normandeau: Merci, M. le Président. Alors, évidemment, avant de prévoir des crédits, encore faut-il que nous ayons une politique, M. le Président. J'ai envie de dire ceci à notre collègue, bien lui demander qu'elle nous fasse confiance, parce que évidemment, si on a entrepris une démarche depuis novembre dernier avec nos partenaires, c'est évident qu'il va y avoir des crédits associés à la politique, laquelle politique sera, elle, bien sûr rattachée à un plan d'action, ça va de soi. Cependant, on va discuter de tout ça avec nos partenaires, parce qu'il n'y a pas que Tourisme Québec qui sera appelé à contribuer financièrement à la mise en oeuvre de cette politique, il y a bien sûr les associations sectorielles et les entreprises touristiques également.

Et je tiens aussi à donner des précisions à notre collègue sur le dépôt de la politique qu'on prévoit à l'automne et auquel dépôt seront rattachées des assises dans le secteur touristique. Et, dans le cadre de ces assises-là, il y a plusieurs dizaines, même une centaine d'entreprises qui vont être invitées à participer aux assises, avec bien sûr les partenaires qui seront associés actuellement à l'élaboration de la politique, et on va discuter ensemble de la mise en oeuvre de la nouvelle politique touristique, parce que c'est ça, le grand défi qu'on a. On peut faire toutes les politiques du monde, hein, mais elles peuvent rester sur les tablettes des années et des années.

Alors, le constat qu'on a fait depuis un an, c'est que l'industrie touristique est, d'une part, confrontée à une concurrence qui est de plus en plus vive. On pourrait demander le témoignage de Paul Saint-Jacques, qui est ici, et de Claude Pinault, qui pourraient effectivement avec beaucoup d'éloquence nous confirmer tous les efforts qu'ils doivent déployer dans des marchés effectivement du tourisme d'affaires et de congrès, qui sont des marchés difficiles. On doit déployer beaucoup d'ingéniosité pour permettre aux destinations que sont Montréal et Québec vraiment de se distinguer.

Alors, on prend acte de la concurrence de plus en plus vive qui existe, aussi du contexte international dans lequel l'industrie doit graviter, de la souplesse dont l'industrie doit faire preuve — et ça, on le vit depuis les événements du 11 septembre effectivement — de la dimension de la sécurité, M. le Président, qui est une dimension qui nous échappait il y a quelques années,

qui maintenant est au coeur même en fait du choix du visiteur ou du touriste. En fait, c'est un nouvel élément qui va conditionner le comportement des visiteurs, M. le Président. Alors, dans ces conditions-là, il y a vraiment une nouvelle donne ou des nouvelles dynamiques avec lesquelles l'industrie doit composer, et, dans ces conditions-là, on est appelé donc à relever littéralement des nouveaux défis.

Le Président (M. Tomassi): Alors, merci, Mme la ministre. Alors, une mise au point: nous avons commencé 16 minutes en retard. On a deux options: ou on demande le consentement pour terminer... On a un dernier bloc, là, pour bien comprendre. On demande la permission, avec le consentement, de terminer à 17 h 15, ou bien le gouvernement décide de prendre les 10 minutes qui demeurent et on passe au vote tout de suite après.

Mme Caron: Bien, moi, je pense qu'on a deux heures de crédits à faire, c'était ça, l'ordre de la Chambre. Alors, je pense qu'on doit continuer.

Le Président (M. Tomassi): Il n'y a pas de problème. Le dernier bloc appartient au gouvernement. Si on termine, c'est eux qui vont terminer, ou sinon on finit à 17 heures.

Mme Caron: Dans les calculs, il me resterait un autre 10 minutes, là, ce qu'on avait fait tantôt, là.

Le Président (M. Tomassi): Oui, mais on a pris plus de temps, la réponse était longue et...

Mme Caron: O.K. Vous avez modifié... O.K.

Une voix: Il n'y a plus de bloc pour Mme Caron?

Le Président (M. Tomassi): Non. Alors, c'est vous. C'est le consentement. Ça prend le consentement.

M. Bernard: Bien, on terminera à 17 heures si...

Le Président (M. Tomassi): 17 heures? Est-ce qu'on a le consentement? Consentement. Alors, je vous rappelle, on va finir à 17 heures. On va prendre quelques minutes avant parce qu'il faut voter les crédits. Alors, je reconnaitrais le député de Roberval.

Résultats de l'effort promotionnel de l'automne 2003

M. Blackburn: Merci, M. le Président. J'aimerais à mon tour saluer nos collègues qui sont ici, de l'opposition officielle, bien sûr mes collègues du parti ministériel, et saluer de manière tout à fait particulière Mme la ministre qui fait un travail extraordinaire avec toute son équipe pour le tourisme au Québec.

● (16 h 50) ●

Vous avez eu l'occasion de parler un peu de promotion tout à l'heure, vous ne m'en voudrez pas certainement de faire un peu de promotion bien sûr,

avec les petits cahiers que vous nous avez remis, sur la belle région du Saguenay—Lac-Saint-Jean. Et vous savez que le tourisme est extrêmement important pour notre développement économique et, je dirais, pour le comté de Roberval d'une manière beaucoup plus importante. Le comté de Roberval représente la porte d'entrée touristique pour la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean de par ses infrastructures qui s'y retrouvent. On n'a qu'à penser à l'Ermitage de Lac-Bouchette, on n'a qu'à penser à Val-Jalbert, le CCBB, le Centre de conservation de la biodiversité boréale de Saint-Félicien, qui anciennement était le Jardin zoologique de Saint-Félicien, Les Grands Jardins de Normandin. Alors, ces attraits forment bien sûr, je dirais, l'attrait principal de tout l'appel touristique de la région, et je suis très heureux de constater que, sur la page couverture de la belle revue touristique de la région du Saguenay—Lac-Saint-Jean, deux de ces attraits, qui sont Val-Jalbert et le Jardin zoologique de Saint-Félicien, bien sûr invitent les gens à venir nous visiter dans notre belle région. Et je dirais davantage maintenant que... Étant donné qu'on est des gens qui veulent prendre de plus en plus attention à leur santé, nous avons aussi une véloroute, qu'on appelle la Véloroute des Bleuets. C'est un circuit de 256 km dans lequel vous avez eu l'occasion d'investir de l'argent énormément l'an passé pour pouvoir compléter et améliorer les tronçons, et bien sûr que cette véloroute-là fait le tour du lac Saint-Jean, et je vous avouerais qu'il y a des sites extraordinaires à visiter, ce qui permet bien sûr d'offrir des infrastructures de qualité au tourisme du Québec mais aussi au tourisme international.

Vous avez eu l'occasion tout à l'heure de bien sûr énumérer l'ensemble des stratégies que vous avez élaborées au cours des derniers mois, soit la stratégie de marketing, pour attirer les gens bien sûr chez nous. On sait, nous, qu'il y a beaucoup de touristes européens, américains, mais aussi de plus en plus de touristes asiatiques qui viennent chez nous, et je suis heureux de constater qu'effectivement vous avez mis beaucoup d'emphase sur cette portion de touristes là, effectivement, pour être en mesure de bien les sensibiliser à nos réalités régionales.

L'an passé, il y a eu effectivement des situations, je dirais, exceptionnelles quant à des situations exceptionnelles mondiales pour le tourisme, par rapport au SRAS, par rapport à différentes crises dans différents pays qui ont fait en sorte de diminuer, je dirais, la possibilité ou le nombre de visiteurs qui sont venus nous visiter chez nous, dans notre région et dans l'ensemble des régions du Québec. Par contre, pour contrer cette situation, vous avez mis de l'avant une promotion l'an passé, à l'automne, vous avez mis de l'avant une promotion pour étirer la saison, je dirais, touristique vers la fin de l'automne, et j'aimerais savoir si vous avez des données concernant justement les résultats qui ont découlé de cette stratégie qui a été adoptée à l'automne passé justement pour tenter de diminuer l'impact de ces différentes situations mondiales, Mme la ministre.

Mme Normandeau: Alors, si vous permettez, M. le Président.

Le Président (M. Tomassi): Oui, Mme la ministre.

Mme Normandeau: Merci beaucoup. Alors, je remercie notre collègue de sa question, puis c'est bien, M. le Président, que nos collègues profitent de l'occasion qui leur est offerte pour faire la promotion des attraits, des activités de leur comté, de leur région, parce qu'ils sont aussi... on est aussi, comme députés, des ambassadeurs de la qualité des attraits, des événements qu'on retrouve chez nous, et les brochures en fait auxquelles fait référence notre collègue, ce sont en fait les guides touristiques de nos régions touristiques. D'ailleurs, je pense que le Québec, en fait, est une des rares destinations qui fait un travail aussi pointu, par régions touristiques, pour doter les visiteurs de toutes les informations dont ils ont besoin pour améliorer et mieux planifier leurs voyages.

Le député, M. le Président, notre collègue de Roberval fait référence à une action que Tourisme Québec a décidé d'entreprendre dans un contexte, dans un environnement qui était difficile. Je vous ai dit tout à l'heure que l'été 2003 effectivement a été difficile. Toute chose étant relative, M. le Président. Je dis «difficile» parce que la situation a été plus catastrophique dans d'autres provinces, on pense bien sûr à l'Ontario. Alors, la baisse, la diminution des recettes que nous avons connue pour l'été 2003 a été de 537 millions. Les premiers trimestres de 2003, le solde des recettes s'est avéré positif, on parle à peu près de 137 millions. Compte tenu de la campagne qu'on a menée à l'automne... puis il faut comprendre pourquoi on a fait ça à l'automne, M. le Président, pour assurer un passage entre la saison d'été et la saison d'hiver. C'est toujours une zone qui est un peu délaissée, une période qui est délaissée par les provinces au niveau de leur promotion. Donc, on s'est dit: Il y a un secteur là qui mérite d'être investigué, si vous me permettez l'expression. Alors, de façon coordonnée et concertée avec certains partenaires, on a décidé d'intervenir, Tourisme Québec a investi 1,2 million — c'était une première pour Tourisme Québec — dans le cadre d'une activité de... d'une campagne promotionnelle d'automne.

M. le Président, ça a donné des résultats, parce que le solde des recettes touristiques pour le dernier trimestre de 2003 a été positif, avec 92 millions de recettes touristiques, en positif, qui ont été générées. Donc, le 137 millions, dans le premier trimestre, positif que nous avons, évidemment associé aux 137 millions de recettes négatives pour l'été, aux 92 millions de recettes positives pour la fin de 2003, ça nous a donné un score au net pour l'année 2003, une perte de 311 millions. Donc, d'une certaine façon, le député de Roberval a raison de dire qu'on a tenté de minimiser et de contrer les effets difficiles qu'on a connus à l'été 2003 en, vraiment... et on l'a fait rapidement, M. le Président, là. Quand on parle de souplesse, là, l'équipe de Tourisme Québec a été... ça a été un test pour notre équipe finalement, parce qu'on a décidé rapidement de faire le choix de mener cette campagne promotionnelle qui nous a permis de faire le pont aussi avec la campagne, la saison d'hiver 2003.

Je vous l'ai dit tout à l'heure, depuis 2000, les dépenses des Québécois ont pratiquement doublé au niveau du tourisme d'hiver. Alors, c'est vraiment, le tourisme d'hiver, en fait, une saison qui est en croissance pour le Québec, qui a beaucoup, beaucoup de

potentiel. Notre collègue de Rouyn-Noranda—Témiscamingue en sait quelque chose, parce que la région de l'Abitibi-Témiscamingue est souvent citée comme un des paradis pour faire de la motoneige. On pourrait dire la même chose du Saguenay—Lac-Saint-Jean, évidemment, avec les conditions climatiques qu'on a connues cette semaine, notamment lundi, même chose du côté de l'Abitibi-Témiscamingue. Alors, c'est vraiment sincèrement, je pense, concentrer plus d'énergies justement parce que c'est une période qui rapporte pour le Québec.

Alors, oui, M. le Président, pour répondre à la question de notre collègue, oui, ça a rapporté et ça a donné des résultats. Et d'ailleurs, lorsqu'on a fait l'annonce de la confirmation du 1,2 million, plusieurs intervenants du secteur touristique se sont réjouis du leadership qu'a assumé à ce moment-là Tourisme Québec. Je pense à l'Office du tourisme et des congrès de Québec qui se réjouissait effectivement des efforts déployés à l'automne dernier par Tourisme Québec. Et bien sûr on prend acte, on tient compte des résultats qu'on a connus. Et, M. le Président, on est en train d'évaluer effectivement la pertinence de mener une campagne comme celle-là pour l'automne 2004.

Le Président (M. Tomassi): Merci, Mme la ministre. M. le député de Saint-Jean.

M. Paquin: Merci, M. le Président. Il nous reste combien de temps, M. le Président?

Le Président (M. Tomassi): Écoutez, pour revenir... il resterait deux minutes, là, en total, à la fin. Et je pense que Mme la députée voudrait continuer. Alors...

M. Paquin: Moi, j'ai combien de temps?

Le Président (M. Tomassi): Bien, écoutez, si on continue, il faut terminer à 17 h 16, alors vous auriez votre bloc de 20 minutes, et on reviendrait avec un bloc de deux minutes pour la députée de Terrebonne. Et il y aurait le vote par la suite.

Stratégie et choix en matière de promotion (suite)

M. Paquin: Très bien, merci. Merci, M. le Président. Eh bien, salutations à mes collègues des deux côtés, à tous les participants qui sont ici cet après-midi pour parler de choses très importantes, le tourisme au Québec, une industrie très importante, sauf erreur, la deuxième d'importance à travers tout le Québec et peut-être la première, mais, en tout cas, maximum la deuxième. C'est important, ce n'est pas rien, c'est beaucoup. Et plus que ça, c'est que le tourisme, ça nous permet à tous, à tous les Québécois et Québécoises, dans un premier temps, de visiter notre beau Québec d'un bord à l'autre. Et c'est tellement impressionnant, M. le Président, le Québec. On peut parler de régions, de la Gaspésie dont la ministre est native. Et je tiens à les saluer. Et je veux aussi préciser que mon épouse et ma mère sont natives de la Gaspésie, ça fait que

permettez-moi d'avoir une attention particulière pour la Gaspésie, mais tout le Québec. Et je me propose justement cet été, avec mon épouse, je l'ai fait à plusieurs reprises, mais à visiter, encore là, une grande, grande partie du Québec. Je pense que, comme Québécois, on doit faire le tour de notre chez nous avant de penser d'aller ailleurs. En tout cas, c'est ce que je fais et ce que j'ai l'intention de faire.

Eh bien, je veux vous parler aussi... moi aussi, je vais me servir, je vais faire un peu comme mon confrère du comté de Roberval, je vais vous parler un peu de ma région. Je vais vous parler d'un événement particulier et important qui se tient chez nous. Il y en a quelques-uns cet été, mais il y en a un en particulier qui est l'Internationale des montgolfières, je pense que tout le monde connaît. Et j'espère que tout le monde le connaît et j'espère que tout le monde va être là cette année, c'est vers le 7, 8 août que ça commence, du mois d'août. Ça fait que profitez-en pour venir voir le député de Saint-Jean et visiter l'Internationale des montgolfières. C'est un des festivals... c'est le festival des montgolfières des plus importants non seulement au Canada, mais même en Amérique du Nord, sinon le plus important. Ça fait que je vous invite tous, ça dure 10 jours, deux fins de semaine, à venir visiter ça. J'espère que vous allez être là.

• (17 heures) •

Eh bien, moi aussi, je veux revenir un peu sur ce que mon confrère a parlé. C'est sûr que le tourisme, quand on est passionné de notre chez nous et du tourisme puis qu'on a vu, l'an passé, que ça a été excessivement difficile ou en tout cas plus difficile pour les touristes chez nous, principalement à cause des facteurs comme la crise de la vache folle, etc. — vous en avez parlé, Mme la ministre — mais, malgré tout ça, je tiens à préciser que, nous, on a réussi, à Saint-Jean, dans des conditions budgétaires excessivement difficiles, à tirer notre épingle du jeu grâce aux gens qui travaillent au Festival des montgolfières, et principalement aux bénévoles, qui sont plusieurs centaines qui travaillent à ce festival, on a réussi à tirer notre épingle du jeu dans des conditions difficiles à cause de la crise qu'on a dite.

Ma question à la ministre, M. le Président, parce que je dois en poser une je crois, hein? Oui?

Le Président (M. Tomassi): ...vous avez une question, bien sûr.

M. Paquin: Merci. Ma question à la ministre, bien c'est ça: Tourisme Québec a été intégré au ministère du Développement économique et régional. Je ne sais pas si on vous a interrogée là-dessus, parce que...

Une voix: ...

M. Paquin: Oui? Bon, O.K.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Paquin: Je suis peut-être un petit peu en retard, mais je vais me reprendre. Bien je sais que, Mme la ministre, vous n'avez sûrement pas tout dit là-dessus. Comme je vous connais, vous en avez toujours beaucoup à dire.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Paquin: Bien je vais vous permettre d'en rajouter un peu, si vous voulez.

Qu'est-ce que ça va faire, l'intégration, en fonction de 2004 au lieu de 2003 surtout, puis qu'on s'attend, je crois... du moins c'est parti pour ça, à cause de la campagne de promotion que vous avez faite — je tiens à vous féliciter — à travers... un peu partout, alentour de nous, en Amérique du Nord et même en Europe? On a besoin de ces touristes-là, principalement les touristes d'Europe, parce qu'ils viennent puis ils dépensent beaucoup chez nous. Ça ne fait pas tort.

Qu'est-ce que ça va vraiment, si... Vous en avez peut-être oublié un peu?

Des voix: Ha, ha, ha!

Le Président (M. Tomassi): Mme la ministre...

M. Paquin: Je l'espère!

Des voix: Ha, ha, ha!

Le Président (M. Tomassi): ...vous êtes mieux d'intervenir, Mme la ministre, parce que là...

M. Paquin: Qu'est-ce qu'on va pouvoir faire de plus pour améliorer le tourisme chez nous, principalement en 2004 qui est la saison qui est commencée?

Le Président (M. Tomassi): Mme la ministre.

Mme Normandeau: M. le Président, je remercie notre collègue et le remercie également de son invitation pour participer au Festival international de montgolfières. Il a raison d'être fier d'un événement effectivement qui est important au Québec et en Amérique du Nord. D'ailleurs, un des premiers festivals du genre, je pense, carrément, au Québec, hein, puis au Canada? C'est quand même un festival qui a une très belle notoriété, qui dépasse nos frontières, et c'est heureux.

Notre collègue, tout à l'heure, M. le Président, faisait référence à la passion — parce que le tourisme, c'est aussi synonyme de passion — puis à juste titre il indiquait que je n'avais peut-être pas tout dit sur l'intégration de Tourisme Québec ou MDERR, et il a raison, M. le Président.

Il a raison, puisque je ne vous ai pas parlé de la chance que nous avons maintenant, à Tourisme Québec, d'avoir avec nous le Palais des congrès, le Centre des congrès de Québec, également la RIO. Alors, M. le Président, je suis très heureuse parce que c'est des infrastructures qui sont extrêmement importantes pour le secteur du tourisme d'affaires et de congrès du Québec, également la RIO, avec son stade et tous ses équipements, qui est un joueur majeur à Montréal sur le plan touristique.

Un des grands avantages, M. le Président, que nous tirons du fait que et la RIO et le Palais des congrès de Montréal et le Centre des congrès de Québec soient maintenant... relèvent de Tourisme Québec, c'est qu'on peut peut-être certainement échanger davantage sur les

stratégies qui sont déployées par chacun pour attirer justement les visiteurs sur notre territoire.

Et, moi, je dois vous dire que j'admire la complicité — puis j'insiste sur le mot «complicité» — qui s'est créée depuis avril dernier entre, entre autres, Paul Saint-Jacques et Claude Pinault et leurs équipes respectives, parce qu'ils sont sur des marchés, souvent sur les mêmes marchés, mais parfois, M. le Président, ils ont la chance d'échanger sur leurs stratégies respectives et d'échanger également sur la façon dont se comporte l'industrie, d'échanger des informations de nature stratégique qui leur permettent aussi d'améliorer leur performance.

Du côté de la RIO, M. le Président, c'est intéressant parce qu'il y a aussi une collaboration plus grande, je pense, sur laquelle on peut tabler entre le Palais des congrès de Montréal, par exemple, et la RIO sur le plan touristique, et on sait que la RIO reçoit un certain nombre d'événements qui sont importants pour le Québec, des événements à caractère sportif entre autres, qui sont donc... et la RIO et le Stade olympique sont l'hôte officiel bien sûr de l'événement du motocross, qui est un événement qui est très, très connu au Québec, pour lequel on reçoit plusieurs centaines de milliers de visiteurs.

Alors, M. le Président, c'est donc un des avantages qui est rattaché au fait d'avoir ces trois sociétés d'État qui sont sous la coupole, sous la tutelle... enfin sous la coupole de Tourisme Québec, et, moi, je suis très heureuse parce que ça nous permet aussi, même du côté de Tourisme Québec aussi, d'adapter nos stratégies en fonction aussi de leurs produits respectifs, et ça, M. le Président, je pense que c'est toute l'industrie, en bout de ligne, qui est la grande gagnante.

Pour ce qui est maintenant des objectifs qu'on s'est fixés certainement au niveau des prévisions 2004, M. le Président, notre objectif, c'est d'atteindre les résultats qu'on a connus en 2002, parce que 2002, c'est souvent l'année de référence pour l'industrie comme une excellente année de... une excellente année, qui a été exceptionnelle à bien des égards.

Alors donc, je disais d'entrée de jeu: tous les espoirs sont permis pour 2004, et les gens ont le goût de renouer avec le voyage, parce que les événements qu'on a connus — avec le SRAS, la guerre en Irak — ont freiné les ardeurs des gens un peu partout sur la planète, et là les gens ont certainement le goût de renouer avec le voyage. Et il y a une tendance qui se dégage de plus en plus, M. le Président, qu'on constate de plus en plus depuis un certain nombre d'années, c'est que les gens, aussi, voyagent de plus en plus près du lieu où ils habitent. D'où l'importance pour nous... puis donc nos stratégies promotionnelles, aussi, tiennent compte de cet élément-là: c'est qu'on investit sur les marchés dits de proximité, nos marchés primaires que sont les marchés de la côte Est américaine, le marché bien sûr québécois, aussi le marché ontarien.

Pour ce qui est du marché outre-mer, M. le Président, il y a des marchés qui sont traditionnels pour le Québec: le marché français. D'ailleurs, la bonne nouvelle, c'est que le Québec, en la personne du premier ministre, et le premier ministre français, M. Raffarin, l'année dernière, ont signé un protocole d'entente qui lie la France et le Québec sur le plan touristique, ce qui va

nous permettre d'améliorer nos échanges sur le plan touristique et peut-être permettre à des entreprises d'ici et de là-bas de faire un certain nombre d'échanges sur nos pratiques d'affaires dans le secteur touristique. Alors, voilà, M. le Président.

Le Président (M. Bachand): Merci, Mme la ministre. M. le député de LaFontaine, rapidement, s'il vous plaît!

Impact de l'agrandissement du Palais des congrès de Montréal

M. Tomassi: Merci, M. le Président. Alors, j'ai changé de chapeau parce que je voulais vous poser quelques questions, Mme la ministre. Vous savez, alentour de la table, ici, je pense, toutes les régions du Québec étaient représentées, et moi de Montréal, alors je me suis permis de venir m'asseoir pour poser une belle petite question.

Vous savez, le Grand Prix de Montréal, vous avez fait mention tantôt, c'est des événements très courus par les gens, non pas seulement les gens de Montréal, mais les gens d'autres régions du Québec et des marchés américain et européen. L'effort qui a été mis par notre gouvernement, et surtout par le ministre du Sport et du Loisir et des Affaires municipales, pour essayer d'en arriver à une entente qui satisfait tous les gens et puis pour sauver le Grand Prix...

Vous savez, je suis d'origine italienne, et la course automobile est dans notre sang un peu, dans un certain sens; surtout dans ce temps-ci, quand les courses arrivent une après l'autre et que les résultats sont plaisants pour la communauté italienne, ça fait encore plus plaisir.

Mais, pour revenir un peu... Et puis j'ai apprécié votre ouverture, à la question du député de Saint-Jean, quand vous nous avez parlé un peu de Montréal et de l'attrait qui... soit le Palais des congrès — surtout ça — il y a eu un agrandissement qui a été fait, je crois, l'an passé ou voilà deux ans. La mise en place de cet agrandissement-là, est-ce qu'on peut noter des événements supplémentaires? Est-ce que ça a permis au Palais des congrès nécessairement d'aller chercher les congrès qui avaient été planifiés, à les prendre, ou est-ce que la situation...

On sait que la situation du SRAS n'a pas aidé et la situation d'autres événements, que ce soit le 11 septembre ou autres, a fait en sorte que des événements ont pu être annulés. Mais est-ce qu'on a vu une amélioration des activités au Palais des congrès ou est-ce que les activités futures vont permettre...

Parce que, comme vous dites, le Palais des congrès est un élément important à Montréal. On a les festivals, oui, et beaucoup d'événements, hein? Les gens des régions nous ont parlé de leurs activités, mais, nous aussi, à Montréal, on a pas mal d'activités et on est le cœur économique du Québec, et ces activités-là font en sorte que l'économie peut s'ouvrir même dans le secteur de Montréal.

Le Président (M. Bachand): Mme la ministre, très succinctement.

Mme Normandeau: Oui, très succinctement. Je suis accompagnée de Paul Saint-Jacques. Si vous permettez, il pourrait peut-être nous donner des éléments plus pointus, là, sur les événements qui sont attendus du côté du Palais des congrès, mais vous dire que l'investissement qui a été consenti pour l'agrandissement, c'est plus de 200 millions de dollars.

Montréal, c'est la porte d'entrée du Québec pour nos visiteurs internationaux, hein? Donc, il faut leur offrir... évidemment, il faut leur offrir tout l'accueil auquel ils ont droit. Et dans ce sens-là Montréal joue un rôle stratégique sur le plan touristique pour le Québec, ça va de soi, parce que effectivement c'est une porte d'entrée extrêmement importante.

Je vous disais, M. le Président, tout à l'heure, que, pour le Palais des congrès de Montréal et pour le Centre des congrès de Québec, l'année 2004 et 2005 sera très bien, sera formidable, mais évidemment les efforts doivent se déployer justement pour qu'on puisse préparer les années à venir. Parce que, M. le Président, travailler pour obtenir un congrès à Montréal, par exemple, ou à Québec, ça prend plusieurs années, et l'équipe du palais est assistée, là, en fait de toute une équipe de professionnels, là, qui, eux, déploient beaucoup d'énergie.

Mais, avec votre consentement, M. le Président, je laisserais peut-être quelques secondes au président-directeur général de la société justement pour nous livrer les pronostics pour 2004, si vous êtes d'accord.

Le Président (M. Bachand): Avec le consentement, compte tenu qu'on a déjà écoulé le temps. Il y a consentement. Est-ce que c'est possible de vous identifier, M. Saint-Jacques, pour le bénéfice de nos collègues?

M. Saint-Jacques (Paul): Alors, Paul Saint-Jacques, président-directeur, Palais des congrès de Montréal.

● (17 h 10) ●

Le Président (M. Bachand): Vous pouvez y aller, M. Saint-Jacques.

M. Saint-Jacques (Paul): Merci. L'agrandissement fait partie d'une stratégie de prendre de l'expansion, que Montréal prenne une expansion sur certains marchés, et notamment les marchés américains.

Vous savez que Montréal détient la première position pour les réunions et congrès internationaux au Canada et la deuxième en Amérique du Nord après Washington, et ce, ça s'est maintenu encore cette année.

Le nouveau palais est terminé, il est fonctionnel. Il est perçu et apprécié — parce qu'il est très fonctionnel — par sa clientèle, et sa localisation aussi est appréciée. Moi, quant à moi, il est beau; les clients aussi le trouvent beau, ils le trouvent lumineux, il est ouvert sur la ville. Donc, c'est un acquis important.

Les cibles que s'était données le gouvernement lorsqu'on a décidé d'agrandir ont été, à venir jusqu'ici, atteintes: 2002 est une année exceptionnelle, 2003 est une année moyenne, légèrement moins bonne que 2002, et 2004 devrait renouer avec les succès qu'on a connus en 2003.

Le Président (M. Bachand): Je vais devoir vous interrompre, monsieur... Vous avez que, compte tenu l'ordre de la Chambre, nous ne pouvons aller, même par consentement, au-delà du temps qui nous est consacré. Donc, j'ai apprécié énormément votre intervention.

Mme la députée de Terrebonne, je vais donc vous céder la parole, même si j'aurais peut-être compris dans vos propos qu'il y avait consentement pour renoncer à votre deux minutes, compte tenu que vous avez donné votre consentement...

Mme Caron: Pas du tout!

Le Président (M. Bachand): Donc, on me dit que j'interprète peut-être mal...

Mme Caron: Tout à fait!

Le Président (M. Bachand): Donc, je vais vous demander d'être très rapide.

Mme Caron: Tout à fait! N'embarquez pas sur ce terrain-là, M. le Président.

Remarques finales

Le Président (M. Bachand): Je vais vous demander d'être très rapide, Mme la députée de Terrebonne.

Mme Jocelyne Caron

Mme Caron: Certainement, M. le Président. Vous savez, dans nos procédures, lorsqu'on a une question qui est beaucoup plus à grand déploiement, une question qui demande beaucoup, beaucoup, beaucoup de réponses, on a une procédure qui s'appelle Question écrite au feuilleton, ce que j'ai fait en bonne et due forme le 17 décembre dernier, M. le Président. J'ai déposé au feuilleton une question à la ministre déléguée au Développement régional et au Tourisme concernant toute la question de la stratégie pancanadienne. Et c'était, vous allez bien le voir, une question, là, que je ne pouvais pas poser en période de questions ni à l'étude des crédits parce que c'était beaucoup trop long.

Donc, je demandais la copie du formulaire qui avait été acheminé aux partenaires de l'industrie touristique; la liste des intervenants et des intervenantes de l'industrie qui avaient été consultés; le nombre de formulaires qui avaient été retournés à Tourisme Québec; la teneur des informations, les commentaires; le budget qui était prévu par le gouvernement du Québec pour participer au fonds d'urgence qu'il voulait créer... que les deux paliers de gouvernement voulaient créer dans cette stratégie-là; la provenance des sommes d'argent pour le gouvernement du Québec; les cotisations prévues en chiffres absolus, en pourcentage de toutes les provinces ainsi que du gouvernement fédéral; le mécanisme décisionnel prévu pour octroyer de l'aide financière aux provinces; si le fonds d'urgence était constitué de cotisations qui venaient juste du gouvernement ou s'il y avait des promoteurs privés, des associations touristiques régionales qui devaient cotiser; les priorités du gouvernement du Québec dans le cadre de

l'élaboration de sa stratégie pancanadienne, puis comment l'harmonisation de nos actions avec le reste du Canada pouvait permettre au Québec d'atteindre ses propres objectifs puis respecter ses priorités.

Donc, j'ai déposé cette question, qui est tout à fait dans le cadre des questions écrites au feuilleton, le 17 décembre. Malheureusement, M. le Président... D'ailleurs, juste avant les Fêtes, au moment des vœux, la ministre m'avait dit qu'elle répondrait rapidement. Alors, malheureusement, presque cinq mois plus tard, je n'ai toujours pas obtenu de réponse.

Alors, ce que je souhaite de la ministre, ce n'est évidemment pas qu'elle me réponde à tout ça dans les quelques minutes qu'il nous reste, mais qu'elle prenne l'engagement — hein, puisque ça fait presque cinq mois — de nous répondre, au maximum la semaine prochaine — de la façon dont on fonctionne au niveau des questions écrites — donc de déposer, au niveau de l'Assemblée nationale, les réponses à cette question écrite.

Le Président (M. Bachand): En quelques secondes, Mme la ministre.

Mme Nathalie Normandeau

Mme Normandeau: M. le Président, notre collègue peut compter sur mon entière collaboration. Effectivement, je lui répondrai en détail dans les prochains jours. Mais, M. le Président, sa question — on l'a écoutée — était très, très longue, il y avait plusieurs éléments donc pour lesquels ça nous fera plaisir de lui apporter des précisions.

En terminant, M. le Président, je tiens à remercier l'ensemble de mes collègues, notamment du côté ministériel, qui ont été absolument extraordinaires pour l'étude des crédits. Leurs questions, toutes pertinentes, nous ont permis d'apporter un certain éclairage sur les stratégies promotionnelles, entre autres, de Tourisme Québec.

Je tiens à remercier ma collègue de l'opposition la députée de Terrebonne également, la pertinence de ses questions, et aussi l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices, M. le Président, qui m'ont accompagnée. Et merci aussi, le personnel de la commission, également pour votre diligence, M. le Président. Alors, merci. Puis on souhaite une excellente saison touristique, M. le Président.

Peut-être en terminant: 1-877-BONJOUR, M. le Président, pour ceux et celles qui veulent avoir de l'information, et, sur le Web, M. le Président, bonjourquebec.com, M. le Président. Merci bien.

Le Président (M. Bachand): Merci, Mme la ministre. Je vais donc me joindre à vos propos pour souligner l'excellent travail que le député de LaFontaine, mon collègue, a fait en mon absence. Je veux souligner votre travail excellent, merci infiniment de votre présence, cher collègue, et je sens qu'il y a unanimité dans mes propos.

Adoption des crédits

Je vais donc mettre aux voix. Les deux heures allouées à l'étude du programme 4, Promotion et

développement du tourisme, étant presque écoulées, nous en sommes maintenant à l'étape de la mise aux voix. Je vous rappelle que les programmes 1, 2 et 3 du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche ont été adoptés hier. Donc le programme 4, Promotion et développement du tourisme, est-il adopté?

Mme Caron: Sur division.

Des voix: Adopté.

Adoption de l'ensemble des crédits

Le Président (M. Bachand): Adopté sur division. Les crédits budgétaires relevant du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche pour l'année budgétaire 2004-2005 sont-ils adoptés?

Des voix: Adopté.

Mme Caron: Sur division.

Documents déposés

Le Président (M. Bachand): Adopté sur division. Donc, avant d'ajourner nos travaux, je dépose l'ensemble des documents et des réponses aux demandes de renseignements particuliers et généraux des députés concernant les crédits relevant du ministère du Développement économique et régional et de la Recherche.

J'ajourne les travaux de la Commission de l'économie et du travail à demain, le jeudi 6 mai, 9 h 30, alors que nous entreprendrons l'étude des crédits relevant du ministère des Ressources naturelles, de la Faune et des Parcs, volet Forêts, pour l'année budgétaire 2004-2005. La séance se tiendra dans la salle Louis-Joseph-Papineau. Bonne fin de journée.

(Fin de la séance à 17 h 16)