



ASSEMBLÉE NATIONALE

PREMIÈRE SESSION

TRENTE-HUITIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

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

Le vendredi 25 avril 2008 — Vol. 40 N° 31

Étude des crédits du ministère du 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)	30,00 \$

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
1020, rue des Parlementaires, bureau RC.85
Québec, Qc
G1A 1A3

Téléphone: (418) 643-2754
Télécopieur: (418) 643-8826

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 vendredi 25 avril 2008 — Vol. 40 N° 31

Table des matières

Remarques préliminaires	1
M. Raymond Bachand	1
M. Jean-François Gosselin	3
M. Sylvain Pagé	4
Discussion générale	5
Nomination du président-directeur général de la Régie des installations olympiques (RIO)	5
Appels de propositions de partenariat promotionnel	6
Situation à l'aéroport international de Mont-Tremblant	9
Projet de construction de casino à Mont-Tremblant	10
Renouvellement de l'offre touristique en région	11
Soutien aux projets touristiques	12
Site Internet <i>BonjourQuébec.com</i>	
Coût de mise en oeuvre	14
Réservations en ligne	14
Objectifs en matière de recettes touristiques	14
Calcul des recettes touristiques	15
Définition de «touriste»	15
Calcul des recettes touristiques (suite)	16
Organigramme du ministère du Tourisme	16
Document déposé	16
Affichage le long des routes	16
Bureaux du Parc olympique occupés par des organismes de loisir	18
Remplacement du toit du Stade olympique	18
Aide financière aux festivals et aux événements touristiques	19
Intentions concernant les sentiers de motoneige et de véhicule tout-terrain	21
Mesures visant à favoriser la tenue d'événements sportifs	22
Stratégie de développement des croisières sur le fleuve Saint-Laurent	23
Acquisition du sous-marin Onondaga par le Site historique maritime de la Pointe-au-Père	24
Entente négociée avec Birdair inc.	24
Modernisation des infrastructures des stations de ski	24
Stratégie de promotion du tourisme de croisière	25
Plan d'action concernant l'adaptation aux changements climatiques	26
Évaluation des retombées économiques des Fêtes du 400e anniversaire de Québec	26
Stratégie du ministère en matière de promotion touristique hors Québec	27
Nouvelles tendances du tourisme	29
Adoption des crédits	30
Documents déposés	30

Autres intervenants

M. Gerry Sklavounos, vice-président

M. Pierre Arcand
Mme Nicole Ménard

* Mme Louise Pagé, ministère du Tourisme
* M. André Gourd, RIO

* Témoins interrogés par les membres de la commission

Le vendredi 25 avril 2008 — Vol. 40 N° 31

Étude des crédits du ministère du Tourisme

(Neuf heures trente-quatre minutes)

Le Président (M. Sklavounos): Alors, à l'ordre, s'il vous plaît! Ayant constaté le quorum, je déclare la séance de la Commission de l'économie et du travail ouverte. Je demande à toutes les personnes dans la salle de bien vouloir éteindre la sonnerie de leurs téléphones cellulaires, s'il vous plaît.

La commission est réunie afin d'entreprendre l'étude des crédits budgétaires relevant du ministre du Tourisme pour l'année financière 2008-2009. Une enveloppe totale de trois heures a été allouée pour l'étude de l'ensemble des crédits du ministre. La mise aux voix du programme 1 et de l'ensemble des crédits de ce ministère se fera donc à la fin de la présente séance, soit environ quelques minutes avant que le temps alloué ne soit écoulé.

Mme la secrétaire, y a-t-il des remplacements?

La Secrétaire: Oui, M. le Président. Mme Morasse (Rouyn-Noranda—Témiscamingue) est remplacée par M. Pagé (Labelle).

Le Président (M. Sklavounos): Alors, je vais accorder 10 minutes de remarques préliminaires par groupe parlementaire, pour un total de 30 minutes.

La répartition des temps de parole se fera en fonction de l'entente conclue entre les groupes parlementaires, c'est-à-dire 35 % du temps pour le groupe parlementaire formant le gouvernement, ce qui donne environ 51 minutes; 35,6 % du temps pour l'opposition officielle, ce qui donne environ 52 minutes; et 29,4 % du temps pour le deuxième groupe d'opposition, ce qui donne environ 43 minutes. Je vous invite, aux fins de l'exercice de l'étude des crédits, à poser de courtes questions, incidemment à fournir des réponses tout aussi brèves de façon à favoriser le plus grand nombre possible d'échanges.

Finalement, j'aimerais vous faire une suggestion quant à l'organisation de nos travaux. Je vous propose de procéder à une discussion d'ordre général, par blocs de 15 à 20 minutes, maximum, comprenant les questions du député et les réponses du ministre sur le sujet tourisme. Est-ce qu'il y a un consentement pour procéder de cette façon?

Des voix: Consentement.

Le Président (M. Sklavounos): Ça va. Du côté de l'opposition officielle, oui? Oui.

Alors, juste avant de débiter, puisque nous avons commencé après l'heure prévue, j'aimerais savoir s'il y a un consentement de tous les groupes pour permettre à la commission de poursuivre ses travaux au-delà de l'heure prévue, soit environ 12 h 4. Il y a un consentement?

Des voix: Consentement.

Le Président (M. Sklavounos): Consentement. Deuxième groupe d'opposition, consentement? Oui? Ça va.

Remarques préliminaires

Alors, nous débiterons, sans plus tarder, avec les remarques préliminaires. M. le ministre, vous disposerez de 10 minutes pour vos remarques d'ouverture.

M. Raymond Bachand

M. Bachand: Merci, M. le Président. J'aimerais saluer les membres de la commission de même que le personnel qui y est affecté.

Très heureux d'être ici, aujourd'hui, pour cette séance de la Commission de l'économie et du travail en tant que ministre du Tourisme. Ça va me permettre de faire valoir d'ailleurs la place importante du tourisme dans l'économie du Québec et l'importance des organisations, qui y travaillent, du ministère. Je prends quelques instants pour vous présenter aussi les gens qui m'accompagnent: il y a Mme Louise Pagé, à ma droite, qui est notre sous-ministre; Mme Bernard, Caroline Bernard, la directrice des ressources financières du ministère; M. Olivier Hébert, de mon cabinet, à cette table-ci; mais il y a aussi M. Vacher, notre sous-ministre au développement; et François Diguier, directeur général du développement; le secrétaire du ministère, M. Fournier, de même que les présidents des sociétés d'État qui viendront répondre aussi aux questions, si vous le souhaitez. Il y a M. Gourd, de la Régie des installations olympiques; M. Bouchard, du Centre des congrès de Québec; et M. Saint-Jacques, du Palais des congrès de Montréal.

Alors, voilà l'équipe dirigeante, et ça me fera plaisir, comme on l'a fait dans la commission pour les autres crédits, que vous ayez bien sûr accès en toute transparence, si vous avez des questions.

M. le Président, il faut préciser que le portefeuille tourisme comprend un programme intitulé Promotion et développement touristique, qui englobe au fond le ministère et les trois sociétés d'État dont je viens de parler, pour favoriser l'industrie touristique au Québec, concerter l'action gouvernementale, susciter le développement de l'offre, au fond assurer la promotion du Québec et de ses expériences touristiques et aménager, exploiter des installations publiques à caractère touristique. Les crédits à voter pour le portefeuille sont donc de 140 millions de dollars, 140 666 000 \$, dont 54 886 000 \$, près de 55 millions, seront affectés au Fonds de partenariat touristique sous la responsabilité du ministère. Vous savez que, depuis un an, en plus de mes responsabilités de ministre du Développement économique, le premier ministre m'a confié cette responsabilité du tourisme, et j'en suis très heureux parce qu'au fond c'est un secteur économique de grande importance. En 2006, au Québec, c'étaient des recettes de près de 10 milliards de dollars provenant de 26 millions de touristes annuellement. On voit 30 000 entreprises dans ce secteur, hein, qu'on parle d'hébergement, de restauration, de transport, 134 000 emplois directs, mais en plus de 53 000 emplois indirects.

C'est donc une industrie très importante. Ça génère 7 milliards de dollars dans notre produit intérieur brut, ce qui est à peu près 2,7 % du produit intérieur brut du Québec. C'est une industrie très importante. Au fond, c'est des fois la cinquième, des fois la sixième plus grande industrie du Québec en termes d'exportation, au fond après nos industries plus traditionnelles, là, l'aluminium, les pâtes et papiers, l'aéronautique et les autres. C'est un moteur de développement économique régional aussi parce que 60 % des 134 000 personnes travaillent dans les régions du Québec. Mais, si on regarde ce qui se passe dans le monde entier, si on regarde les prévisions de l'Organisation mondiale du tourisme, ça va être une croissance importante de tourisme d'ici 2020. Le nombre de voyages dans le monde, en 2010, ça devrait être 1 milliard. C'est donc une grande opportunité mais aussi un grand défi. Nous sommes au Canada la troisième province en termes de destinations touristiques, avec une industrie très dynamique, très concurrentielle qui crée de la richesse. La mission du ministère est donc de soutenir le développement, la promotion du tourisme, favoriser la concertation, favoriser le partenariat des intervenants dans une perspective de créations d'emplois, de développement économique.

● (9 h 40) ●

En mai 2005, le gouvernement a lancé la politique touristique du Québec, et l'objectif est de porter les recettes touristiques à 13 milliards de dollars, d'accroître le nombre d'exploitants, d'accroître le nombre de gens qui sont sensibilisés aussi au tourisme, à l'utilisation durable de l'environnement — c'est une dimension importante — favoriser le développement de l'offre touristique, développer, mais bref, au fond, de structurer le tourisme pour que ce soit une source de richesse pour tout le Québec.

Il faut donc se concerter, établir des partenariats, orienter l'action gouvernementale, assurer la vente, la mise en marché du Québec, susciter le développement de produits touristiques, encadrer les services à la clientèle, l'accueil, les renseignements, les réservations, mais tout ça dans une conjoncture économique, comme toutes les autres industries, hein, avec la hausse du dollar canadien puis certains ralentissements de l'économie. Pour réussir à tirer notre épingle du jeu, au Québec il faut renouveler l'offre touristique, le renouvellement de l'offre est primordial, il faut miser sur un réseau d'entreprises novatrices et concurrentielles, et nous avons pris de nombreuses actions dans ce sens, en 2007-2008. Entre autres, on a révisé tout le Programme d'aide aux festivals et aux événements touristiques avec l'industrie, on a été partenaires de près de 142 festivals et on a porté notre aide à plus de 12 millions de dollars — et c'est très, très important — dans chacune des régions du Québec. De plus, l'automne dernier, en compagnie du président des ATR, des associations touristiques régionales du Québec, nous avons procédé à l'annonce d'une entente-cadre entre le ministère et les ATR pour renouveler l'offre et nous injecterons, conjointement avec les ATR, moitié-moitié, au cours des cinq prochaines années, jusqu'à 20 millions de dollars dans le renouvellement de l'offre, ce qui devrait générer des projets probablement quelque part entre 50 et 100 millions — mettons 80 millions de dollars — de nouveaux investissements pour l'industrie touristique.

Mais en plus nous avons lancé, en novembre, aussi un autre projet de renouvellement de l'offre, l'Aide stratégique aux projets touristiques. Donc, nous avons

ce projet avec les régions et nous avons aussi ce projet qui devrait, pour les projets plus importants de 1 million et plus gérés centralement, qui devrait générer lui aussi probablement autour de 80 millions de projets. Donc, dans ce renouvellement de l'offre, avec l'argent que le gouvernement mettra, 4 millions par année, au cours des cinq prochaines années, 20 millions, on devrait susciter des projets quelque part entre 120 et 200 millions de dollars. Parfois, les gens me disent: Je suis un peu plus conservateur; mettons 150 millions, 160 millions de projets.

En plus des festivals, des projets de renouvellement de l'offre, il y a la promotion bien sûr de la destination québécoise, et, là aussi, on fait un certain nombre d'activités en partenariat. Par exemple, on a investi, nous, avec nos partenaires, plus de 8 millions dans la campagne promotionnelle d'hiver, cet hiver, en 2007-2008, prioritairement, on le sait, sur le nord-est des États-Unis, sur l'Ontario, mais aussi en France, au Royaume-Uni et au Mexique. Enfin, parce que le voyage est de plus en plus par Internet, on a poursuivi l'amélioration de notre site d'information, de *BonjourQuébec.com*, qui est un site primé et qui est un élément majeur de la stratégie d'accueil touristique du Québec.

Vous voyez donc, M. le Président, des exemples concrets d'actions que nous menons pour faire de cette industrie une industrie non seulement porteuse aujourd'hui, mais porteuse et créatrice de richesse demain.

Il y a aussi des sociétés d'État qui travaillent dans la même direction, la Régie des installations olympiques, hein, qui a pour mission de préserver l'intégrité des infrastructures du Parc olympique mais aussi de développer. On le sait, M. le Président, que la dette olympique a maintenant été payée, ce qui a amené, dans une loi que cette Assemblée nationale a adoptée l'automne dernier, pour abroger le Fonds spécial olympique... À une date convenue, un jour, les installations olympiques seront remises à la ville de Montréal. Nous avons, au niveau de la régie, cette année, réglé avec Birdair les poursuites suite à la déchirure de la toiture en 1999. Mme Courchesne, ma collègue, la ministre de l'Éducation et des Loisirs et Sports, a aussi, en septembre dernier, procédé à l'inauguration du Centre d'excellence des sports aquatiques du Québec, un investissement gouvernemental de près de 3 millions de dollars, de nombreux partenaires, un des centres de classe mondiale aussi. Nous avons aussi, au niveau de la Régie des installations olympiques, procédé à la cession d'un bout de terrain par bail emphytéotique pour permettre la construction du stade, le complexe de soccer Saputo, qui sera inauguré d'ailleurs au printemps, au mois de mai.

Nous avons aussi nos sociétés du Centre des congrès de Québec et du Palais des congrès de Montréal qui ont pour objet d'administrer et d'exploiter des projets de développement de ces centres, des activités commerciales, mais au fond ce sont des outils majeurs de développement de l'industrie touristique. Il faut maintenir notre positionnement parmi les meilleurs centres de congrès au monde, les meilleures destinations. Ce sont des moteurs de développement économique.

M. le Président, vous allez me faire signe quand il va me rester une minute ou deux, c'est ça? O.K. Parfait. Merci. Vous me faites signe? C'est ça?

Une voix: Oui.

M. Bachand: Ah. Alors, le Centre des congrès de Québec, on le sait, a accueilli plus de 500 congrès depuis sa création, mais fondamentalement, l'an dernier seulement, 156 événements, et c'est, soulignons-le... ça a été primé comme le meilleur centre des congrès au monde, et on en reparlera, si vous le souhaitez. Le Palais des congrès de Montréal — son 25e anniversaire, plus de 230 événements cette année, 600 000 visiteurs — a généré 144 000 nuitées à Montréal, dans la région, et donc des retombées économiques considérables. Voilà donc deux outils importants à la disposition de l'industrie et qui aident à positionner le Québec aussi.

Voilà donc, M. le Président, quelques remarques préliminaires, que je voulais faire, montrant le dynamisme que nous avons comme gouvernement, que notre ministère, nos sociétés d'État et surtout l'ensemble des entreprises partenaires dans cette industrie-là... parce que c'est ensemble qu'on va développer l'économie, créer la richesse puis créer aussi un peu de bonheur, parce que le tourisme, c'est l'évasion et c'est le bonheur. Nous aurons l'occasion d'en reparler. Merci beaucoup.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Je vais inviter maintenant le porte-parole de l'opposition officielle à faire ses remarques préliminaires pour une durée maximale de 10 minutes. M. le député de Jean-Lesage, vous avez la parole.

M. Jean-François Gosselin

M. Gosselin: Merci, M. le Président. Tout d'abord, j'aimerais saluer M. le ministre et son équipe ainsi que mes collègues de ma formation politique et les collègues de la deuxième opposition.

Une voix: ...

M. Gosselin: Excusez; son équipe. Je vous incluais dans son équipe. Je pensais que vous travailliez en équipe.

J'aimerais tout d'abord parler un peu de la situation économique du Québec. On sait que ce n'est pas rose. Cette situation n'est pas arrivée pour rien. En fait, je l'attribue aux gouvernements péquistes et libéraux qui se sont succédé durant les 30 dernières années. Du côté du tourisme, je m'attends que le ministre fasse preuve de plus de rigueur dans la gestion de son ministère, mais aussi de leadership, parce qu'avec le parti au pouvoir, le Parti libéral, on gère de façon assez simple, on étire la sauce, on recycle des annonces, on saupoudre, en fait on ne fait rien. On reporte en commission. Quand le rapport arrive, on le tablette. Bref, pour eux, travailler, c'est pénible. Du côté de la deuxième opposition, le Parti québécois, à part la souveraineté, ils n'ont pas grand-chose à proposer, puis, même au niveau de la souveraineté, on n'est plus certain, on a l'impression qu'ils vivent encore au temps des dinosaures. Ce n'est pas toujours beau à voir. De notre côté, avec ma formation politique, bien on veut s'assurer que chaque dollar des contribuables est bien investi. C'est le travail que la population nous a mandaté, de faire une surveillance. Et, parce que je suis critique de l'opposition officielle en matière de tourisme, je me suis concentré sur le tourisme pour constater que, grâce au tourisme, on pourrait créer de la richesse. On pourrait se payer, avec cette richesse, on pourrait se payer des meilleurs services

bien sûr, mais il faudrait que le gouvernement y croit. Puis je vais revenir là-dessus tout au long de l'étude des crédits aujourd'hui.

Ça fait maintenant presque un an que j'ai été nommé critique de l'opposition officielle en matière de tourisme par mon chef, et, après plus de 80, presque 100 rencontres avec divers intervenants de l'industrie touristique, je constate le potentiel énorme du tourisme au Québec. Je constate que c'est un potentiel qui est encore inexploité. Le tourisme aussi, il faut le dire, et je vais dans le même sens que le ministre là-dessus, c'est une industrie qui est présente dans toutes les régions au Québec. Quand on parle d'emplois en région, le tourisme est très important. Aussi, la progression du tourisme mondial; on parle de 900 millions de voyageurs en 2007 et, les prévisions, on parle de 1,5 milliard en 2020. Donc, forte tendance. Il faut que le Québec puisse saisir cette opportunité. Le ministre... du côté du ministre, il le sait, et je suis convaincu que le ministre voudrait bien, mais il le sait, que des changements s'imposent. Par contre, son gouvernement immobile bloque toute tentative de quiconque de vouloir améliorer le Québec, et c'est pour cette raison que le tourisme n'est non pas en progression au Québec, mais bien en déclin.

Et on a beaucoup d'excuses. Je vais en prendre une, par exemple, que je suis certain que le ministre voudrait utiliser, c'est la force du dollar américain face au dollar canadien pour expliquer la baisse de touristes américains au Québec. Mais il faut dire, M. le Président, que le dollar américain est en forte baisse aussi vis-à-vis l'euro, et ça n'a pas empêché les Américains de voyager en Europe.

● (9 h 50) ●

De plus, l'importance du tourisme au niveau des emplois. Le ministre l'a mentionné dans ses remarques initiales, on parle du premier secteur économique, au niveau mondial, en termes d'emplois. Au Québec, c'est 134 000 emplois directs, 48 000, 50 000 indirects, donc c'est énorme.

Comme je le disais tantôt, les excuses du gouvernement pour expliquer la baisse de touristes américains au Québec démontrent... les statistiques démontrent en fait que, oui, c'est vrai, il y a une baisse, mais, non, ce n'est pas à cause de la force du dollar américain face à notre devise, parce que les Américains en fait eux-mêmes ont connu une hausse de touristes de 10 %, mais la France 3 %; l'Italie 7 %; l'Australie 7 %. Donc, il y a beaucoup plus d'Américains qui voyagent en Europe, même si l'euro est plus fort que... On n'observe pas la même progression ici, au Québec. Ça démontre bien que nous devrions revoir notre image de positionnement, notre image de marque, nos moyens de promotion, nos développements de l'offre touristique. Si on analyse les destinations à succès dans le monde, on parle d'Espagne, Australie, Nouvelle-Zélande, Irlande par exemple. On remarque des similitudes dans leur marketing. On parle de connaissance poussée des clients, des compétiteurs et de l'industrie. On parle aussi de stratégies déployées avec discipline, à travers tout ce qui constitue le tourisme mais aussi les autres organismes du gouvernement qui sont hors tourisme; l'équilibre entre les leaders engagés, innovateurs, mais aussi des visions à long terme.

Les pays qui ont du succès en tourisme savent où ils s'en vont, à long terme. On parle aussi de publicités récurrentes, pertinentes et innovatrices qui basent leur image sur une image, une perception de marque. Et finalement

on a une évaluation constate, transparente et réaliste des objectifs fixés, et j'y reviendrai, aux objectifs que le Québec s'était fixés en 2003, en matière de tourisme.

Donc, en terminant, M. le Président, le Québec mérite mieux et doit faire mieux, et ce, dès maintenant. Le changement non seulement est-il possible, mais il est nécessaire. Au cours des prochaines heures, j'aurai plusieurs questions, alors je vais demander au ministre d'être bref dans ses réponses parce que je veux avoir le maximum de temps pour poser le maximum de questions. Merci, M. le Président.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député. Je vais maintenant inviter le porte-parole du deuxième groupe d'opposition à faire ses remarques préliminaires pour une durée maximale de 10 minutes. Alors, M. le député de Labelle, vous avez la parole.

M. Sylvain Pagé

M. Pagé: Oui. Je vous remercie, M. le Président. Donc, 9 h 53, ça nous mène jusqu'à 10 h 3. Alors, salutations évidemment à tous les collègues et bien sûr, en premier lieu, M. le ministre, avec qui j'ai eu l'occasion dernièrement de faire des annonces, faire quelques sorties, les gens qui vous accompagnent bien sûr, Mme Pagé, avec qui je dis, d'entrée de jeu, que, si on remonte peut-être à notre ancêtre, Raymond Pagé, le premier à être venu en Amérique du Nord, en 1643, nous ne sommes pas parents, à ce que je sache. Alors, mettons les choses au clair dès le départ. Alors... et les gens qui vous accompagnent, M. Gourd, que je vois également, de la RIO, avec qui on a eu une heureuse collaboration également dans divers dossiers.

Alors, écoutez, très brièvement. Les commentaires de mon collègue de l'Action démocratique, ça nous fait toujours un peu sursauter, parce que j'ai fait les crédits en Faune, j'ai fait les crédits en Parcs, parce que je suis également porte-parole pour les dossiers de faune et de parcs, et, ce matin, c'est Tourisme, et il y a toujours un peu le même pattern où on se fait toujours une obligation de critiquer les 30 dernières années, là, comme s'il n'y avait rien qui se faisait correctement. Mais, bon, en tout cas c'est leur pattern, et je respecte leur approche, mais c'est la population qui jugera si c'est la bonne approche.

Alors, je veux ce matin qu'on reste véritablement sur le fond des choses parce que l'étude des crédits nous permet d'aller un peu plus loin sur la vision que le ministre... et ce que son ministère peut avoir dans cette industrie fort importante. Le ministre l'a mentionné, je suis tout à fait d'accord avec lui, surtout au niveau du développement régional, notamment dans une situation où, vous le savez comme moi, dans la situation des régions, et là je pense entre autres... les Hautes-Laurentides, la Haute-Mauricie, le nord de l'Outaouais, certaines régions du Québec ont énormément de difficultés causées par la crise forestière, notamment. On parle beaucoup de diversification économique. Une diversification économique, dans des régions comme celles-là, à plusieurs égards, passe par l'industrie touristique. On pourra toujours déménager certaines PME en Chine ou en Inde, mais le rocher Percé, le mont Tremblant ou encore les montagnes de Charlevoix ne pourront jamais être démenagés, et ce sera toujours un atout particulier qui nous appartient, à nous.

Et il faudra voir ensemble de quelle façon on pourra faire plus, on pourra faire mieux à l'égard de notre industrie touristique et de tout ce développement. J'entends le ministre nous dire qu'on fait des efforts en développement, mais encore, mais encore, parce que je considère que l'on ne va peut-être pas assez loin. Et je comprends que nous ne pouvons aller assez loin, parce que, quand je regarde effectivement où on en était en 2003, quand nous avons quitté le gouvernement, le dernier budget que nous avons présenté à l'Assemblée nationale, pour le secteur du Tourisme, était à 146 millions. Aujourd'hui, cinq budgets plus tard, le gouvernement du Québec nous propose un budget de 141 millions, donc...

Une voix: ...

M. Pagé: ...146 en dollars constants, nous serions autour de 162, 163 millions, si on prend à peu près le coût d'inflation. Donc, sans injecter de nouvel argent, nous devrions être, aujourd'hui, autour de 162, 163 millions, et ça, ce ne serait pas pour en faire plus, ce serait pour garder le même investissement qu'il y avait il y a cinq ans. Donc, c'est une perte nette, en dollars constants, de 15 % de moins qui est attribuée au Tourisme. Et ça, ça me peine beaucoup parce que l'industrie régionale, elle s'en trouve drôlement affectée. Et on sait qu'il y a de nombreux défis dont les régions ont à faire face et dans l'ensemble des crédits... Je sais qu'on est ici pour les crédits du Tourisme ce matin, mais il est important de mentionner, quand on dit que plusieurs régions ont de la difficulté, il est important de mentionner, quand on regarde, là, hein, le volume II des crédits... des budgets des dépenses pour 2008-2009, à la page 21, quand je regarde les crédits que nous allons voter aujourd'hui, bien il y a quatre secteurs d'activité qui connaissent une baisse avec l'année dernière, et je vous les cite parce que ce sont quatre secteurs d'activité directement liés au développement des régions.

Alors, quand, en 2003, ce gouvernement est arrivé en se disant le parti des régions, ça n'aura été que le temps d'un logo sur quelques tee-shirts, on s'en souviendra, parce que, ce *Parti des régions*, on ne l'entend plus, ce n'est plus une formule qui est utilisée maintenant. Et je reviens finalement sur le budget des dépenses: Affaires municipales et Régions, donc Régions, en baisse; Agriculture, Pêcheries et Alimentation, donc évidemment on parle régions, en baisse; le troisième, Ressources naturelles et Faune, évidemment tout le ministère de la Forêt et de l'Énergie, les Mines, c'est celui qui connaît la plus forte baisse; et celui du Tourisme. Alors, Régions, Agriculture, Alimentation, Ressources naturelles et Tourisme. les quatre ministères qui connaissent des baisses, ce sont quatre ministères directement liés au développement des régions. Je pense qu'il ne peut pas y avoir de... C'est sûr qu'on peut parler de santé, d'éducation, puis on est d'accord que, dans une vision de développement à long terme, l'éducation, c'est important, à court terme la santé, et tout le reste, les infrastructures, mais les quatre ministères qui sont le plus directement liés au développement régional, ce sont les quatre ministères où ce gouvernement a choisi de faire des baisses dans ses budgets. Alors, j'ai un peu de la difficulté avec ça. Et je pense que ça permet de comprendre pourquoi on ne parle plus de parti des régions avec ce gouvernement.

Bien sûr, il faudra se questionner aussi très sérieusement sur toute la promotion que nous faisons

auprès des Américains. C'est notre premier marché cible en termes de tourisme, et certains articles, dépendamment de ce que l'on peut lire, nous disent que régulièrement, depuis 2001, les Américains fréquentent moins le Québec, pour diverses raisons. Mais, quand on dit que le ministre souhaite que l'industrie touristique au Québec en arrive à un chiffre d'affaires de 13 milliards d'ici 2010 et que notre premier marché ciblé, ce sont les Américains, alors j'ai un petit peu de difficultés à saisir comment on va réussir à faire ça quand, d'année en année, le marché américain est à la baisse.

● (10 heures) ●

Alors, on va évidemment travailler sur le développement touristique, j'en conviens, il y a des produits touristiques qu'il faut offrir. Je me réjouis d'ailleurs, en tant que porte-parole de tourisme, faune et parcs, depuis un an, parce que c'est la ministre des Parcs qui nous disait ça hier, que, depuis un an, dans sa stratégie de promotion touristique, maintenant, enfin, le ministère du Tourisme inclut les parcs du Québec. Enfin, s'il y a bien un secteur où on pourrait contribuer à faire une belle promotion à l'égard de l'industrie touristique, c'est bien nos parcs au Québec. On est d'ailleurs en train de faire beaucoup de développement autour de nos parcs, et je m'en réjouis beaucoup, vous le comprendrez, parce que je suis porte-parole de ces dossiers. Et je comprends mal comment se fait-il que ça ne fait seulement qu'une seule année que l'on aborde, que l'on offre les parcs du Québec dans la promotion touristique.

On a aussi des sujets qui sont fort importants et on n'en pas parlé jusqu'à maintenant. Mais effectivement on a le nouveau président-directeur général de la RIO qui est présent avec nous aujourd'hui. On vient de finir de payer les installations olympiques. Le ministre a parlé lorsque nous avons adopté dernièrement le projet de loi n° 61 ou n° 62 — je ne m'en souviens plus, là — qui est sur la gouvernance des sociétés d'État, et on a parlé beaucoup de la vision à long terme du développement des installations olympiques majeures pour l'industrie touristique de Montréal. C'est une carte postale internationale que les installations olympiques. Alors, quelle est sa vision autour du développement de la RIO, des installations olympiques? Puis il y a des défis majeurs également à l'égard effectivement des fédérations sportives et de loisirs qui sont toujours sous le Stade olympique et depuis 30 ans qu'ils souhaitent en sortir. Je lui rappelle que son collègue ministre du Revenu et leader parlementaire, en campagne électorale, l'année dernière, avait dit que «d'ici un an, vous ne serez plus sous le Stade olympique», et il en avait pris un engagement. Alors, j'aimerais savoir où il en est aujourd'hui, par rapport à ce dossier-là et de nombreux autres dossiers, évidemment.

J'aimerais bien avoir des détails sur le règlement avec Birdair, l'avenir du toit du Stade olympique, un dossier fort important, évidemment qui coûtera certainement quelques sous aux deniers québécois.

Alors, on me fait signe qu'il ne reste que quelques secondes. Je conclus là-dessus pour dire que, oui, l'industrie touristique au Québec, c'est important, mais je pense qu'il faut se donner une vision, une approche. Là-dessus, l'Action démocratique en a fait mention, et je suis d'accord avec eux, il faut que nous nous donnions de la vision. Si nous voulons atteindre nos objectifs, il faut que nous ayons un plan de match, et on ne le sent pas pour l'instant, ce plan de match. Alors, je vous remercie.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Labelle et merci à tous les groupes pour les remarques préliminaires.

Discussion générale

Je suis maintenant prêt à reconnaître le porte-parole de l'opposition officielle pour une première intervention. M. le député de Jean-Lesage, vous allez avoir environ 17 minutes dans ce bloc. La parole est à vous.

Nomination du président-directeur général de la Régie des installations olympiques (RIO)

M. Gosselin: O.K. Merci, M. le Président. Au cours du projet de loi n° 62, qui consistait à assujettir la Régie des installations olympiques à la Loi sur la gouvernance des sociétés d'État, j'ai soulevé une question au ministre et j'aimerais, d'entrée de jeu, que le ministre réponde à ma question qui était à savoir si le nouveau directeur général de la RIO, M. André Gourd, est le même individu qui a contribué au Parti libéral du Québec un montant maximum de 3 000 \$ en 2005.

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

M. Bachand: Je n'en ai aucune idée. Je présume que oui. Mais, comme M. Gourd est ici, il pourra répondre à la question.

Mais vous allez me permettre, M. le Président. Que ce soit pour M. Gourd ou que ce soit pour les autres, pour n'importe qui, je trouve ça scandaleux. Et le député le sait très bien, le député de Labelle, et je lui ai dit, et je l'ai dit au leader de l'ADQ, puis je l'ai dit au leader du PQ puis dans mon propre parti. On a fait une réforme. René Lévesque a fait une réforme, a nettoyé les mœurs politiques au Québec, réforme adoptée unanimement à l'Assemblée nationale. Puis de deux choses l'une: ou bien on veut que les citoyens donnent ou bien on veut que les citoyens ne donnent pas, puis probablement que l'ADQ, qui veut toujours tout couper, mais il veut que ce soit l'État qui paie les partis politiques... Alors, si on veut que les citoyens... Moi, je suis fier, j'encourage les citoyens de toutes allégeances, je leur dit: Donnez, donnez à l'ADQ, pas trop; donnez au PQ, pas trop; donnez au Parti libéral, mais donnez si vous voulez. Mais la contribution du citoyen, c'est la base de notre système démocratique.

Alors, toute question sur un don de quelqu'un, qui est don dans les limites... Si vous n'êtes pas content des limites qui sont faites, M. le député de Louis-Hébert, M. le Président, si le député de Louis-Hébert n'est pas content, bien, à ce moment-là, qu'il...

Le Président (M. Sklavounos): Le député de Jean-Lesage, M. le ministre.

M. Bachand: De Jean-Lesage. Excusez-moi, oui.

Le Président (M. Sklavounos): Le député de Louis-Hébert siège pour nous.

M. Bachand: Oui, oui, oui. Mais, s'il n'est pas content, qu'il se lève à l'Assemblée nationale et qu'il offre

de changer la loi, mais sinon sa question, M. le Président, est odieuse, comme toute l'attitude de l'ADQ depuis quelque temps, d'ailleurs.

Le Président (M. Sklavounos): Je vais juste vous inviter à faire attention. On a débuté très, très bien, on veut maintenir le calme et le respect. M. le député de Jean-Lesage, allez-y.

M. Gosselin: O.K. Merci, M. le Président. En fait, M. le Président, je ne remets pas en cause, là, le financement des partis politiques au Québec, loin de là.

M. Bachand: Bien oui, vous le faites.

M. Gosselin: Mais, si le ministre peut me laisser terminer, le projet de loi n° 62, en fait là-dedans on avait promis, nous, d'être très vigilants au niveau des nominations partisans, et c'était le but de ma question. Donc, j'ai eu ma réponse. Merci au ministre.

Appels de propositions de partenariat promotionnel

Je veux aller dans un autre dossier, le programme d'appel de propositions de partenariat promotionnel. J'aimerais un peu que le ministre m'explique un peu en quoi consiste le programme des APPP, communément appelés.

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

M. Bachand: ...revenir aussi, M. le Président, puisqu'il en a fait allusion au début de sa question, qu'à ma connaissance M. Gourd n'est pas un militant du Parti libéral, n'est pas un organisateur du parti, n'est pas membre du parti. Il semble que, oui, comme citoyen, il a contribué, à un moment donné, aux campagnes, et je l'en félicite, de l'avoir fait, à une époque où il était un citoyen privé. C'est un homme qui a une compétence exceptionnelle. Dans beaucoup de sociétés à travers le Québec, il a fait des redressements exceptionnels. Et, M. le Président, vous m'excuserez de revenir sur ce sujet-là, mais l'autre fois je l'avais fait avec le député de Rousseau aussi qui, à un moment donné... là, aujourd'hui, ça va bien avec le député de Rousseau, mais c'est un, M. le Président...

Une voix: ...

M. Bachand: Et, quand on parle du privilège de...

Une voix: ...

M. Bachand: C'est le fondement de la démocratie, M. le Président. Je vais essayer de revenir sur le tourisme, mais je ne peux être qu'en colère devant ces remarques odieuses, M. le Président.

Une voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): Un instant! Avez-vous une question de règlement, M. le député de Jean-Lesage?

M. Gosselin: J'aimerais simplement que le ministre, sur son propre temps, fasse sa colère ou sa montée de

lait, mais là c'est mon temps à moi, puis j'aimerais qu'il réponde à la question sur les APPP. Merci.

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage, avez-vous une question de règlement? Si vous n'avez pas de question de règlement, je vais permettre à M. le ministre de terminer sa réponse.

M. Gosselin: ...j'ai posé une question, il ne répond pas à la question.

Le Président (M. Sklavounos): Un instant, s'il vous plaît! M. le député de Mont-Royal.

M. Arcand: M. le Président, je vous demanderais de rappeler à l'ordre le député de Jean-Lesage. J'entends des inepties depuis le début. Entre autres, là, il a dit au début, là: Pour eux, travailler, c'est pénible. Imaginez-vous plein de gens que je connais ici, qui sont très compétents, et le député de Jean-Lesage dit: Pour eux, travailler, c'est pénible. Ça, ça a été la première remarque. J'aimerais juste que vous le rappeliez à l'ordre, M. le Président.

Le Président (M. Sklavounos): Je vais rappeler tout le monde à l'ordre, M. le député de Mont-Royal. D'abord, M. le député de Jean-Lesage, il ne s'agissait pas d'une question de règlement; M. le député de Mont-Royal, non plus. Alors, je vais inviter M. le ministre de compléter sa réponse et je vais vous inciter à la collaboration, s'il vous plaît, à tous les parlementaires. M. le ministre, vous avez la parole.

● (10 h 10) ●

M. Bachand: Merci, M. le Président. Alors, la question du député de Jean-Lesage portait sur nos propositions de partenariat promotionnel.

Essentiellement, on essaie, avec les dollars que nous avons, de faire un effort marketing additionnel et de faire des partenariats. Alors, on fait un appel de propositions — et le sous-ministre pourra compléter la réponse avec votre permission; on fait des appels de propositions — et il y a des organismes à travers l'ensemble du Québec qui disent: Oui, nous voici, l'effort marketing qu'on veut faire, et toutes ces propositions-là sont soumises. On a un budget qui est déterminé avec ça. En 2008-2009, on a un budget d'à peu près 2,3 millions de dollars sur ces choses-là. On a reçu une trentaine de propositions. Et fondamentalement ce qu'on a fait à ce moment-là, il y a un jury et qui sélectionne les propositions qui sont les plus structurantes pour l'industrie touristique.

Et, avec l'argent qu'on a, on approuve ces propositions-là, par exemple Tourisme Mont-Tremblant, d'ailleurs qui a eu la plus haute note du jury, Tourisme Mont-Tremblant, pour faire une proposition aux New-Yorkais avec l'ouverture de La Macaza et de dire: C'est parfait, il y a un nouveau vol direct, donc attirez des touristes. Et donc voilà un projet dans lequel on contribue 122 000 \$; l'Association des croisières du Saint-Laurent, un projet dans lequel on contribue 25 000 \$. Et ainsi de suite. L'Office de tourisme de Québec, pour les circuits du Saint-Laurent, un projet dans lequel on contribue 80 000 \$.

Alors, il y a ainsi une douzaine, je pense, de projets. L'an dernier, il y en a 24 qui ont été réalisés. Là, on a fait un premier appel de propositions, et il y a une série de projets qui ont été mis sur pied. Donc ça, au fond

c'est un partenariat marketing entre les ministères et les organisations sur le terrain et qui soumettent leur candidature en disant: Voici la promotion qu'on veut faire. Donc, ça augmente, ça utilise les fonds publics avec un effet de levier au fond, puis de dire: Donc, on va aller plus loin avec notre argent.

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Donc, est-ce que c'est directement le ministère avec l'organisation qui font la promotion aux États-Unis ou hors Québec?

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

M. Bachand: Bien, c'est le ministère qui a un jury qui choisit les projets, mais après ça chaque projet normalement est mené. Ça dépend des projets, là. Via Rail, qui a un projet d'escapade urbaine... Alors, ça varie selon chaque projet.

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Il me manque une partie d'information, là, que j'essaie d'aller chercher. Peut-être, si le ministre ne connaît pas la réponse, peut-être la sous-ministre peut répondre. Il aurait mon consentement. Mais, quand une organisation décide de faire un projet — puis, l'information que j'ai obtenue, c'est des projets de plus de 50 000 \$ où l'organisation va mettre 50 % du montant, et le ministère, l'autre 50 % du montant — à partir de ce point-là, quand une campagne de promotion est choisie, est dans le programme, comment est-ce qu'on procède pour aller de l'avant avec une campagne aux États-Unis, par exemple?

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Dans ce volet Partenariat, ça dépend. Parfois, c'est notre agence de publicité gouvernementale qui exécute le projet. Parfois c'est l'agence de l'organisation, du partenaire, qui exécute le projet. Parfois, c'est moitié-moitié. Ça dépend vraiment de la nature du projet et du type de projet qui nous a été soumis. Alors, c'est variable. Maintenant, ça, c'est un petit élément, du marketing aux États-Unis. Je ne veux pas prendre l'ensemble du temps qui est alloué à l'opposition, mais, si vous voulez qu'on parle de marketing aux États-Unis et de l'ensemble de la promotion qu'on fait, ça me fera plaisir de le faire.

M. Gosselin: Donc, le choix...

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Excusez, excusez. Je suis trop rapide. Excusez.

Le Président (M. Sklavounos): Il n'y a pas de problème. Il n'y a pas de problème. Allez-y.

M. Gosselin: Le choix de l'agence de publicité est décidé par qui?

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

M. Bachand: Je vais demander à ma sous-ministre ou au sous-ministre de compléter. Selon l'information que j'ai, ça dépend du projet. Ça dépend du projet. Parce que, dans le cas d'Intrawest, c'est Intrawest lui-même, avec son projet de New York, qui a son projet, et on contribue à son projet. Dans certains cas, c'est un effort additionnel qui se joint aux efforts que le ministère fait. Donc, ça vient faire un volet additionnel. Puis, à ce moment-là, c'est un moindre coût de prendre la même agence, etc. Peut-être que Mme la sous-ministre, Louise Pagé, peut-être qu'elle pourrait compléter la réponse, avec votre permission.

Le Président (M. Sklavounos): Est-ce que j'ai le consentement de tous les groupes, que Mme Pagé réponde à cette question?

Une voix: Consentement.

Le Président (M. Sklavounos): Deuxième opposition, est-ce que j'ai le consentement? Deuxième groupe?

Une voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): Oui. Alors, Mme Pagé, veuillez vous identifier. Votre rôle, votre nom, et par la suite allez-y.

Mme Pagé (Louise): Alors, Louise Pagé, sous-ministre au ministère du Tourisme.

Alors, l'appel de propositions de partenariat promotionnel, c'est donc un appel public auprès de nos partenaires qui doivent nous soumettre des projets. Quand les projets nous arrivent, les marchés sont définis, les segments de marché sont définis, les clientèles cibles sont définies, les marketings mixtes sont dans le projet, les véhicules publicitaires qui sont privilégiés par le projet sont identifiés. Donc, il y a une série de critères que le comité marketing a pour étudier les projets. Les projets sont classés en fonction des objectifs qui nous sont proposés: Est-ce qu'ils sont concordants avec ceux qu'on a annoncés dans l'appel de propositions? Donc, les projets sont classés et ils sont retenus jusqu'au niveau des disponibilités budgétaires du ministère qui égale la contribution des partenaires. Donc, c'est vraiment du partenariat 50-50. Et, les projets qui sont retenus, bien là, comme je vous le disais, ça dépend du marketing mixte qui est proposé dans le plan de diffusion, avec la segmentation des marchés, qui fait qu'on travaille ou avec notre agence de publicité ou en partenariat avec les agences de publicité des partenaires, parce qu'un a les meilleurs outils que l'autre, là, et ça, ça varie, dépendamment du projet qui est retenu.

Et après ça, donc, les contrats sont faits par notre agence de publicité. Les commissions sont versées selon les pourcentages établis par chacun avec les contrats. Exemple, quand on travaille avec l'Office de tourisme de Québec, bien il a son agence de pub, et ces paramètres-là sont connus, donc sont intégrés dans l'offre. Et il y a une espèce de contrat qui est fait, là, un protocole d'entente,

entre le ministère et le partenaire, et après ça les dépenses sont financées selon la cédule de déboursés qui est prévue au marketing...

Le Président (M. Sklavounos): Merci, Mme Pagé. M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Merci, M. le Président. Merci à Mme Pagé, la sous-ministre. J'entends les réponses autant du ministre que la sous-ministre, puis on parle de «parfois», «dépendamment du projet». Pourtant, ici j'ai une copie, là, un exemple d'une entente d'un partenariat promotionnel sur les marchés hors Québec, puis c'est marqué noir sur blanc: «Attendu que les projets promotionnels retenus par le ministère seront réalisés par les agences officielles du ministère du Tourisme.»

Le Président (M. Sklavounos): Mme Pagé.

Mme Pagé (Louise): Alors, c'est que, dans ce cas-là, le cas que vous avez là, c'était prévu que c'était réalisé par notre agence, BCP. Ce que je vous dis, c'est que notre agence est toujours dans le dossier, mais on tient compte aussi et on travaille avec les agences des partenaires.

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: O.K. Merci. Est-ce qu'on pourrait savoir quels sont les... Là, vous venez de me nommer l'agence BCP comme l'agence du ministère du Tourisme. Est-ce qu'on pourrait savoir quels ont été les critères d'évaluation, aussi à quel processus en est-on venu pour nommer BCP comme agence officielle du ministère du Tourisme?

Le Président (M. Sklavounos): Mme Pagé.

Mme Pagé (Louise): Alors, l'agence du ministère du Tourisme a été choisie en 2003, suite à un appel d'offres qui est conforme au règlement, là, du gouvernement sur l'octroi des contrats. Alors, il y a eu appel d'offres. Il y a eu — je ne peux pas me rappeler, je n'étais pas là; mais il y a eu — un certain nombre. Je pense, de mémoire, qu'il y en avait trois, mais je pourrai vous le préciser, qui ont soumis, il y a eu un jury, et c'est la firme BCP qui a été choisie... (panne de son) ...depuis 2003. C'est un contrat de cinq ans.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, Mme Pagé. Il vous reste environ trois minutes, M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: O.K. Donc, est-ce qu'il serait possible d'avoir une copie autant des...

On peut-u avoir la liste des soumissionnaires et aussi des contrats déposés? Je ne demande pas une réponse là-dessus, je demanderais simplement de déposer les papiers. Donc, BCP, l'agence BCP qui est aussi, on le sait, M. John Parisella, le président, qui est président de l'agence BCP, moi, j'ai un problème avec ça parce qu'on sait que M. John Parisella est aussi un ami, entre autres, un ami du premier ministre mais le conseiller spécial du

chef. On sait aussi que M. Parisella est un organisateur de la campagne du candidat à l'investiture démocrate, M. Barack Obama. Et je veux entendre le ministre là-dessus. Est-ce que c'est sa façon de voir la promotion hors Québec, particulièrement aux États-Unis, M. John Parisella qui se promène, qui fait du porte-à-porte avec d'une main une brochure demandant aux citoyens américains de voter pour Barack Obama et de l'autre main un dépliant qui fait la promotion du ministère du Tourisme pour amener les touristes américains, après qu'ils aient voté pour M. Obama... qu'ils viennent visiter le Québec?

Est-ce que c'est ça, la vision de la promotion hors Québec du ministre?

Une voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): Question de règlement. M. le député de Mont-Royal.

M. Arcand: ...je me demande la pertinence, à ce stade-ci, d'impliquer la campagne électorale de Barack Obama dans ce dossier-là, là. Je veux dire, je pense qu'on devrait se limiter actuellement au tourisme, là, je pense que c'est de ça dont on parle actuellement, là.

Le Président (M. Sklavounos): J'avoue que nous sommes à la limite, là, mais je suis prêt à laisser aller. Il ne reste pas beaucoup de temps au bloc. Alors, je crois, à l'intérieur de cette question-là, il y avait quand même des questions qui étaient un petit peu plus pertinentes à notre étude des crédits. Alors, M. le ministre.

● (10 h 20) ●

M. Bachand: Ça vole haut, l'ADQ, à matin, là, je veux dire, M. le Président. C'est pour ça que ça vole bas dans les sondages, d'ailleurs, M. le Président.

Moi, je vais répondre sur les actions gouvernementales. Et, avec le ministère, avec nos partenaires aussi, parce que, ça, on ne fait pas ça tout seuls, et l'agence, on a maintenant ce qu'on a réussi à faire au gouvernement, c'est notre nouvelle signature. Et ça, c'est une signature exceptionnelle, et, pour la première fois depuis longtemps, il y a maintenant une signature unifiée. Avec les dollars qu'on a, quand on parle de marketing, c'est important de dire c'est quoi, le Québec. Puis, au lieu d'être éparpillés dans toutes sortes de... chacun son «branding», comme on dit, là il y a un «branding», et là c'est le Québec avec la signature Québec.

C'est la première fois d'ailleurs dans le gouvernement qu'on permet au mot «Québec» d'être écrit différemment. Il est écrit avec cette signature magnifique et avec ce slogan: *Québec Fournisseur d'émotions depuis 1534* — dans ce cas-ci, c'est la ville de Québec — cette image de marque qui a été faite avec notre agence, saluée par tous les partenaires.

Le Président (M. Sklavounos): En conclusion, M. le ministre.

M. Bachand: Ma conclusion, M. le Président, c'est que l'effort marketing, il est fait par le gouvernement, avec un conseil d'agence, mais avec aussi tous nos partenaires qui travaillent avec nous et qui sont très satisfaits de cette nouvelle signature et de ce qui se passe au Québec.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Je vais maintenant céder la parole au porte-parole du deuxième groupe d'opposition en matière de tourisme, alors M. le député de Labelle. Je vais juste vous proposer immédiatement, M. le député de Labelle — ça a été fait dans d'autres commissions: vous aurez le choix entre deux blocs de 21 minutes ou trois blocs de 14. Le choix vous appartient. Vous me faites signe que vous consentez à trois blocs de 14. Alors, vous pouvez débiter immédiatement votre premier bloc de 14 minutes, M. le député de Labelle.

Situation à l'aéroport international de Mont-Tremblant

M. Pagé: Alors, oui, je vous remercie, M. le Président. Alors, ouf, disons que, ce matin, on va essayer de rester sur le fond des choses.

Mais, écoutez, je vais juste me permettre un commentaire. Puis j'espère que, ce matin, on va faire les crédits de la meilleure façon possible, autant pour le bénéfice des gens qui nous écoutent qu'en tout respect pour les gens qui vous accompagnent, là, qui font un travail important dans cette industrie touristique. Mais tout simplement — puis je l'ai dit lorsqu'on a adopté le fameux projet de loi n° 62 sur la gouvernance de la RIO — je l'ai dit puis je vais le répéter ce matin, lorsqu'on a adopté la loi sur la transparence et la gouvernance en décembre 2006, l'Action démocratique a voté avec nous unanimement, à l'Assemblée nationale, sur des nouvelles façons de faire les choses pour les faire le plus correctement et dans la transparence. Et je ne me souviens plus du numéro de l'article, mais à l'endroit où on dit... l'article qui définit les gens qui sont indépendants, on n'a jamais fait référence aux donateurs de parti politique. Alors, constamment, de faire allusion à des gens qui vont donner à des formations politiques et remettre ces choses en cause, ça m'attriste beaucoup.

Et, s'il est nécessaire que l'on change la Loi sur la gouvernance ou encore qu'on change la loi sur le financement des partis politiques, bien proposez-le, mais arrêtez de faire de la basse politique comme vous le faites.

Le Président (M. Sklavounos): Excusez-moi, M. le député de Labelle.

M. Pagé: Je vais vous dire que ça m'attriste beaucoup.

Le Président (M. Sklavounos): Je vais vous inviter à vous adresser d'abord à la présidence, envoyer des interventions directement à la présidence...

M. Pagé: Parfait.

Le Président (M. Sklavounos): ...et, deuxièmement, de demeurer prudent dans vos paroles, s'il vous plaît.

M. Pagé: J'essaie d'être le plus prudent possible, mais je vais vous dire que ça m'attriste beaucoup, les commentaires que j'entends ce matin, et que, si on veut changer les choses, bien, qu'on fasse des propositions.

M. le Président, le ministre tantôt a fait allusion à Mont-Tremblant. J'ai l'honneur d'être le député de cette magnifique circonscription, Labelle, où effectivement

on a la chance d'avoir sur le territoire cette magnifique montagne avec le parc national du Mont-Tremblant et tous les investissements générés par IntraWest depuis le début des années quatre-vingt-dix, 1 milliard de dollars, un deuxième milliard en cours, et vous avez fait allusion, il y a quelques instants, au dossier de l'aéroport de La Macaza, qui s'appelle l'aéroport international de Mont-Tremblant, premier aéroport touristique. Il faut aller voir pour comprendre ce que ça veut dire qu'un rapport touristique, c'est assez particulier. Dans un tout petit village, évidemment qu'il y a des conséquences, qu'il y a des retombées économiques fort intéressantes pour ce secteur. Et l'aéroport international de Mont-Tremblant, M. le ministre, vous le savez — on s'est rencontrés, il y a quelques semaines, sur le sujet — on a réussi, grâce à une entente avec différents ministères, IntraWest, la municipalité de Mont-Tremblant, les deux MRC, CLD, SADC — tout le monde y croyait — à faire le montage financier nécessaire pour qu'il y ait entente avec Continental Airlines, cinquième plus grosse flotte d'aviation au monde. Et maintenant, où que vous soyez à travers le monde, lorsque vous cliquez sur Continental, vous avez «aéroport international de Mont-Tremblant» qui apparaît.

Alors, c'est une magnifique réussite et qui amène évidemment des touristes de partout, des États-Unis, dans un premier temps, parce que la première entente que nous avons signée est essentiellement avec Newark.

Et pourquoi on a fait ça? Pourquoi on parle d'un aéroport touristique? C'est que, si vous faites un cercle autour de Mont-Tremblant, à une heure et demie de voiture, vous avez à peu près 3 millions, 4 millions de marché potentiel. Faites le même cercle avec une heure et demie d'avion et vous avez 110 millions de marché potentiel. Alors, quand on comprend la stratégie autour de l'aéroport, on comprend qu'on vient de se donner tout un bassin de population potentiel.

Mais il persiste un problème majeur, et je sais qu'il n'est pas dans la cour du gouvernement du Québec. Mais j'ai demandé au ministre d'intervenir. Il m'a dit qu'il ferait également intervenir son collègue de la Sécurité publique auprès du gouvernement fédéral. C'est le dossier de la douane. Et vous savez comme moi que, si on ne réussit pas à régler cette entente avec le gouvernement fédéral, on met presque en péril cet aéroport, qui somme toute probablement ne fera plus ses frais et qui met en cause d'éventuelles ententes, parce qu'on est présentement en négociation avec d'autres grosses destinations américaines.

Alors, j'aimerais savoir si les interventions auprès du gouvernement fédéral et de la part du ministre, son collègue de la Sécurité publique... est-ce qu'il y a des démarches qui ont été faites auprès du gouvernement fédéral pour s'assurer qu'on règle ce fameux litige au niveau de la douane à l'aéroport international de Mont-Tremblant?

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je veux remercier le député de Labelle et de souligner effectivement l'importance, dans nos infrastructures, dans le développement touristique, d'un aéroport comme Tremblant, à La Macaza, de même que l'aéroport de Québec, pour la région de Québec, mais au fond dans ce qui est notre première destination internationale, qui est le site de Mont-Tremblant et l'ensemble de ce qui a été développé là.

C'est la première destination «resort» au fond de l'ensemble du Québec et cet outil additionnel qui a été fait avec cet aéroport, avec maintenant une liaison directe de Toronto, une liaison directe de New York. Oui, il y a des démarches qui sont faites actuellement auprès du gouvernement du Canada. C'est assez récent quand même comme démarche. Nous n'avons pas encore les résultats et le fruit de cette démarche, mais nous poursuivons, mon collègue de la Sécurité publique et moi-même, d'ailleurs un effort pour tenter d'en arriver à un règlement acceptable, parce que La Macaza, c'est un aéroport exceptionnel, on se rend compte de l'impact, de l'effet de levier que ça peut avoir. Et le député de Labelle aussi a raison quand il parle de l'effort de la clientèle aérienne parce qu'effectivement on vient augmenter le rayon d'attraction. Et c'est ça, notre défi touristique au Québec. Bien sûr, on a notre bassin nord-est américain à destination de voitures, mais on se rend compte aussi que les Américains, maintenant c'est de la Californie, c'est d'un peu partout. Puis les Mexicains viennent au Québec maintenant.

Voilà pourquoi — je vais prendre 30 secondes — dans cette année, on a ajouté 1,5 million en publicité aux États-Unis. Et un des gros efforts qui a été fait cet hiver mais qui est répété aujourd'hui, dans le marché de la Californie, c'est un effort avec les compagnies aériennes, et ça va être vu par plus de 15 millions de personnes. Et nos agences ont été très innovantes au fond en faisant une annonce sur les tablettes d'avion. Tout le monde qui voyage sait que, quand vous êtes assis, tassé dans votre avion, puis vous baissez votre tablette pour prendre votre petite tasse de café, bien c'est une tablette qui est plate mais qui est plate dans tous les sens du terme. Bien, notre campagne publicitaire, maintenant et dans toutes les destinations du nord-est, avec quelle compagnie c'était?

Une voix: US Airways.

M. Bachand: C'était US Airways, cet hiver. Les gens baissaient leurs tablettes, et il y avait trois images différentes mais qui étaient au fond le Québec. Et le Québec avait des images avec celle-ci — vous voyez, celle-ci, c'est le Château Frontenac — et bien sûr avec notre signature *Providing emotions since 1534*. Et il y en avait une aussi avec de la neige, avec Tremblant. Alors, je ne veux pas prendre plus de votre temps, mais c'est pour dire que ça prend l'aéroport, ça prend des efforts marketing. Il faut que les gens aient le goût de venir en avion au Québec, partout à travers le Québec. Mais voilà une campagne avec beaucoup d'imagination, un nouvel outil qui n'a probablement pas été utilisé très souvent, en disant: Là, on va s'adresser à des millions d'Américains, des gens qui voyagent, des gens d'affaires souvent qui voyagent, pas juste des touristes. Et on répète l'expérience maintenant, y compris dans le marché de la Californie.

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Labelle.

● (10 h 30) ●

M. Pagé: Oui. Je vous remercie, M. le ministre, et je vous invite à continuer à faire des efforts avec votre homologue fédéral parce qu'effectivement il y a un projet de développement pour l'aéroport. Mais évidemment, si on ne réussit pas à régler la problématique de la douane, je vais me permettre de dire que, dans ce cas-ci, si nous

pouvions contrôler ça aussi, ce serait certainement déjà réglé. Et justement on vous a proposé un projet pour le développement de l'aéroport parce que tout ce qui s'est fait s'est fait quand même avec bien peu de moyens. Et je me permets de parler de ce secteur-là, c'est dans ma circonscription. Mais la première destination au Québec après Québec et Montréal, c'est Mont-Tremblant, avec 2,5 millions de visiteurs. On en prévoit 4 millions, 4,5 millions d'ici cinq à sept ans. Alors, on comprend que c'est un enjeu qui est important. Mais, pour faire le lien avec d'autres destinations, autant la Mauricie, l'Outaouais, les Hautes-Laurentides, même éventuellement l'Abitibi, il y a un projet de développement de l'aéroport, et j'aimerais savoir comment évolue votre analyse au sein du ministère pour l'obtention du financement qui permettrait de développer ce projet.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, je vais juste inviter rapidement, M. le député de Labelle, de vous adresser le plus possible à la présidence, et, M. le ministre, vous avez la parole.

M. Bachand: Merci, M. le Président. D'ailleurs, j'ai eu l'occasion de rencontrer les dirigeants, le maire aussi, avec le député de Labelle, pour regarder ce projet-là qui m'apparaît fort structurant, fort intéressant, fort important.

Il est sous étude actuellement, au ministère. D'ailleurs, j'avais suggéré de reconfigurer la présentation du projet parce que le projet sous-évaluait les investissements privés qui étaient faits autour de ce montage-là. Puis souvent les gens arrivent — parce que j'ai un autre cas similaire qui nous est soumis — en disant: Voici, j'ai un projet, j'ai besoin d'argent pour tel morceau. Mais le gouvernement, vous savez, on a des règles dans les infrastructures: Est-ce que le privé en met une partie? La région en met-elle une partie? Et en apparence le projet n'était pas admissible à sa face même, mais, pendant la discussion fructueuse, en travaillant avec le député de Labelle, j'ai moi-même dit: Oui, mais globalement, en posant des questions, mais au fond vous avez des investissements privés importants, il y a des investissements d'infrastructures municipales, et donc, globalement, c'est un projet, si on le présente différemment, qu'on va pouvoir mener de l'avant.

Alors, il est sous étude, et j'ai bien l'intention qu'on le mène à terme. Je ne sais pas si ce sera dans ces paramètres, tel qu'on l'a vu l'autre jour, mais pour moi ça fait partie des outils structurants qu'on doit ajouter au Québec.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Labelle, il vous reste un petit peu moins que trois minutes.

Projet de construction de casino à Mont-Tremblant

M. Pagé: Un petit peu moins de trois minutes. Écoutez, on va finir avec ce secteur-là, M. le ministre, pour déborder ailleurs. Vous allez me comprendre.

Nous avons annoncé conjointement, il y a deux semaines, trois semaines, un casino à Mont-Tremblant. En fait, en 2002, nous avions annoncé un projet de casino qui est un casino haut de gamme. On a appris, ce printemps, que finalement le gouvernement... bien, en fait, Loto-Québec

révisait sa position parce que le projet de casino de 2002 était devenu un Ludoplex, et on connaît la popularité des Ludoplex. Donc, on a décidé de revenir à un casino qui somme toute, en termes de produit d'appel, est nettement plus intéressant qu'un Ludoplex. Je ne pense pas qu'il y aurait grand touristes qui auraient pris l'avion de New York pour venir jouer dans un Ludoplex. Par contre, dans un casino, en termes de produit touristique, c'est nettement plus intéressant. Il y a de l'inquiétude à l'égard du Casino de Charlevoix. Je l'ai entendu, il y a des gens qui m'en ont parlé. Il y a de l'inquiétude aussi de la part de la population de Québec à savoir: Est-ce que le Ludoplex de Québec pourrait devenir également un casino?

Alors, je sais que le dossier de Loto-Québec et des casinos relève essentiellement de la ministre des Finances, mais par ailleurs il y a certainement des avis qui vont venir du ministère du Tourisme. Alors, j'aimerais vous entendre là-dessus et en me répondant à une autre question: Si jamais vous envisagez qu'il y ait d'autres casinos au Québec, est-ce que cette fois-ci vous pouvez nous assurer qu'il y aurait des études d'impact avec la Santé publique qui pourraient être faites préalablement, avant qu'on passe à l'ouverture d'autres casinos au Québec?

Le Président (M. Sklavounos): M. le ministre, 50 secondes.

M. Bachand: Je vais prendre donc la première partie de sa question puis parce que, le casino de Québec, je ne veux pas répondre à ça en 12 secondes, ça mérite une réponse plus réfléchie.

Mais je remercie aussi le député de sa participation à cette conférence de presse là. Mentionnons que Tremblant, c'est un endroit de villégiature, ce n'est pas une ville, c'est une villégiature exceptionnelle et que ce casino avait l'appui de tous les intervenants, les représentants principaux, non seulement le député et le gouvernement, mais Intrawest, mais aussi la ville de Mont-Tremblant, l'Association de villégiature, Tourisme Laurentides. Et donc tous les intervenants qui étaient là souhaitaient... parce que c'est un ajout dans une zone vraiment très touristique, et, on l'a souligné lors du lancement, les gens viennent là pour jouer au golf, les gens viennent là pour faire du ski, des sports d'hiver et ils viennent là pour avoir du plaisir, au fond. Et ce n'est pas la même chose quand on est dans une ville. Et là on a des questions importantes...

Le Président (M. Sklavounos): En conclusion, M. le ministre.

M. Bachand: ...qu'on devra se poser dans d'autres cas, et je souhaite effectivement qu'on en... J'aurai le plaisir d'en reparler tout à l'heure.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, le temps est arrivé de passer du côté ministériel, alors je vais reconnaître, pour le premier bloc ministériel et environ 17 minutes, M. le député de Mont-Royal.

Renouvellement de l'offre touristique en région

M. Arcand: Merci beaucoup, M. le Président. Je remercie le ministre, je salue tout le monde et je remercie

aussi le député de Labelle pour le ton structuré, positif de ses questions, ce qui fait contraste avec ce que j'ai entendu un peu plus tôt.

Alors, je voulais, aujourd'hui, parler essentiellement, d'abord, des ententes de partenariat en tourisme. Je pense que c'est un des éléments importants. Je sais qu'il y a des responsabilités, au niveau du ministère du Tourisme, en ce qui concerne en fait le développement de l'industrie touristique. Je sais qu'il y a ces espèces de partenariats qui existent actuellement entre le ministère du Tourisme du Québec et également les ATR. Donc, ça dure depuis déjà quelques années. On veut d'une part permettre aux associations touristiques, si je comprends bien, de renouveler leur offre touristique. C'est extrêmement important. Et également plusieurs régions ont fait part, je pense, au gouvernement de leur intérêt à s'impliquer dans le créneau du développement pour permettre à leurs régions de demeurer compétitives. Alors, il y a une forme de décentralisation qui permet à chacune des régions du Québec, si je comprends bien, de vraiment peaufiner leur offre. Le gouvernement donc a mis en place une taxe sur l'hébergement qui va aider, qui va renforcer et soutenir la promotion, le développement touristiques dans les régions. Les ATR peuvent utiliser une partie des revenus de cette taxe. Donc, il y a vraiment une volonté commune du côté du gouvernement du Québec, du côté des associations touristiques, afin de stimuler donc cette offre touristique et le développement.

Pour demeurer compétitives, les régions doivent donc s'impliquer dans ce renouvellement. Est-ce qu'il existe une façon pour les régions de prendre en main ce développement de leur offre touristique tout en respectant leurs besoins et leurs capacités financières, M. le ministre?

M. Bachand: Merci, M. le Président.

Le Président (M. Sklavounos): Oui, M. le ministre.

M. Bachand: Ça me fait plaisir à répondre à la question du député de Mont-Royal et qui met le doigt sur un aspect majeur de développement touristique, c'est le renouvellement de l'offre.

Quand on regarde ce qui se passe dans le monde, dans l'économie, mais c'est vrai en tourisme aussi, il faut absolument innover, renouveler notre offre, investir sur le terrain. Ça me permet aussi, parce que le député de Mont-Royal parlait de la taxe sur l'hébergement, de corriger les propos de départ du député de Labelle quand il parlait du budget global qui ne semblait pas augmenter. C'est parce que, quand on regarde le budget du ministère du Tourisme, il faut vraiment regarder, il y a une partie qui apparaît dans nos crédits puis il y a une partie qui apparaît ailleurs. D'ailleurs, juste sur le 140 millions dont on parle, si on regarde la dépense probable, cette année, elle est autour de 141 700 000 \$. Oui, vous trouvez à nos crédits 140 666 000 \$. On dit: Ah, mon Dieu, ça a l'air moins, mais ce n'est pas le cas, parce que, dans le 141 qu'on vient dépenser cette année, il y a un transfert de 2,5 millions du Conseil exécutif, qu'on a appliqué particulièrement dans le programme des festivals. Dans le 140 600 000 \$ que vous avez dans le livre des crédits, il n'y a pas encore ce transfert. Le transfert aura lieu. Donc, on parle de 2,5 millions de plus, ce qui fait que globalement les crédits

alloués au ministère du Tourisme, à la fonction tourisme seront en augmentation.

L'autre élément qui est en augmentation, parce que le député de Labelle comparait les efforts globaux en disant: Ah, c'est la même chose qu'en 2003, ou un petit peu moins, ou petit peu plus, mais disons que c'est le même champ, mais ce que le député de Labelle a oublié de dire puis ce que le député de Mont-Royal a souligné, c'est justement les budgets qui sont dans les mains des associations touristiques régionales. Parce que la taxe sur l'hébergement, en 2002-2003, générait 16 millions de dollars au Québec. Cette année, l'année qui s'en vient, qui commence, ça devrait générer près de 40 millions de dollars.

● (10 h 40) ●

Alors, si on prend le 140 millions de la mission touristique avec 16 millions, à l'époque on parle peut-être de 156 — puis là c'est des chiffres ronds, vous me pardonnerez, juste pour qu'on se comprenne — mais, aujourd'hui, on parle de 180. Donc, l'effort touristique global au Québec a augmenté de façon considérable, au cours des quatre ou cinq dernières années, parce que les associations touristiques régionales ont maintenant dans leurs mains, cette année, près de 40 millions de dollars pour faire la promotion touristique à la fois au Québec et à la fois hors Québec. Et, comme le député de Mont-Royal le souligne, une partie de ça, jusqu'à 25 %, peut être mise non pas dans la promotion, mais dans le développement de projets.

Alors, en discutant en partenariat — parce que, moi, c'est ma philosophie, vous savez, M. le Président, c'est de travailler avec nos industriels, avec les gens sur le terrain, dans tous les domaines, que ce soit dans la mode, que ce soit dans l'innovation, puis là, aujourd'hui, on parle de tourisme — et donc en s'assoyant avec nos partenaires, avec les associations touristiques régionales et en regardant, en disant: Il faut absolument innover, il faut renouveler notre offre, parce qu'on est en concurrence mondiale aujourd'hui, puis le citoyen américain, comme le citoyen québécois, qui va sur Internet, il dit: Ah, qu'est-ce que je fais pendant mes vacances?, bien là il a tout à coup des offres partout dans le monde puis il dit: Oui, est-ce que c'est excitant?, il faut renouveler notre produit comme une entreprise doit renouveler son produit et dire: Parfait, vous avez 40 millions, vous, les associations touristiques régionales. Si vous preniez un petit pourcentage de ça, 25 %, si vous le voulez, jusqu'à 500 000 \$, sur les cinq prochaines années, par ATR, donc il y a une vingtaine d'associations touristiques régionales qui ont le loisir de prendre 500 000 \$. J'ai dit: Nous, au gouvernement du Québec, au ministère du Tourisme, on va vous appuyer 1 \$ pour 1 \$, donc 500 000 \$ pour 500 000 \$, 10 millions pour 10 millions. Et ça, on pense que ça va lever des projets pour à peu près 150, 160 millions de dollars.

Ce qui va être très, très structurant, décidé en région, c'est un partenariat. Bien sûr, on a notre mot à dire pour l'approbation finale d'un projet, mais au fond, la dynamique, c'est la région qui décidera si elle veut participer. Si elle ne veut pas participer, elle n'est pas obligée, elle peut dépenser tout son argent en promotion, mais, si elle veut renouveler son offre touristique, elle peut le faire. Et d'ailleurs, aujourd'hui, il y en a quatre, régions qui ont signé avec nous: l'Abitibi, à tout seigneur tout honneur, l'Abitibi — surtout que c'est M. Carrier qui est le président des ATR — on a commencé avec l'Abitibi, mais

Lanaudière, les Cantons-de-l'Est, l'Outaouais. On a actuellement des projets qui sont négociés, qui sont à la veille d'être signés, avec la région de Québec, la région de Charlevoix et du Bas-Saint-Laurent, entre autres, et les autres sont en train de discuter entre eux. Parce que c'est leur argent, c'est les hôteliers aussi, c'est la taxe, ils discutent: Est-ce qu'on veut entrer dans ce programme-là? Mais donc ça va être un projet, moi, je pense, très structurant dans toutes les régions du Québec, avec notre philosophie que c'est la région qui va décider, un, s'ils veulent mettre de l'argent. Deuxièmement, ils vont décider quels sont les projets qu'ils veulent soutenir. Et on va comme ça, dans le cours des cinq prochaines années.

Probablement 130, 180 millions, mettons 150, 160 millions d'investissement pour renouveler l'offre touristique en région. C'est une des réalisations dont je suis très, très fier cette année, dont nous sommes très fiers au gouvernement parce qu'elle vise le coeur de ce qu'il faut faire, renouveler l'offre. Elle est en partenariat, ce qui est notre philosophie d'action, puis elle est régionalisée. Donc, ce sont les régions qui prendront leurs décisions sur les projets qu'ils veulent développer.

Alors, merci, M. le Président, au député de Mont-Royal d'avoir soulevé ce point-là.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Mont-Royal, il vous reste un petit peu moins de neuf minutes.

Soutien aux projets touristiques

M. Arcand: Merci, M. le Président. Moi, je voulais parler aussi des programmes d'aide, parce qu'on a parlé, tout à l'heure, des ATR et de ces ententes avec le gouvernement, mais il y a des projets touristiques qui sont à mon avis beaucoup plus précis encore.

On a parlé tout à l'heure, le député de Labelle faisait référence au projet du Mont-Tremblant. C'est un projet dans lequel le gouvernement du Québec a participé. Évidemment, on parle d'investissement, dans le cas du Mont-Tremblant, là, depuis quelques années, de plus de 2 milliards de dollars. Et puis il y a également eu le projet, entre autres, là, du Massif de la Petite-Rivière-Saint-François, où on parle, dans cette région-là, d'un investissement de 230 millions de dollars. Donc, je pense qu'en région on voit qu'il y a un effort très particulier qui est fait, que l'offre de produit est diversifiée. Et les améliorations doivent être apportées afin justement de pouvoir se donner des produits, et, en ce sens-là, on a un programme d'aide.

Vous avez donc parlé des ententes de partenariat comme tel qui existent en tourisme, qui répondaient en quelque sorte au souhait des associations touristiques régionales, mais vous avez également, dans des programmes d'aide, je pense, la possibilité d'accompagner des promoteurs particuliers, ces promoteurs qui ont des projets d'investissement particulièrement importants pour le Québec, parce qu'évidemment on peut améliorer l'offre, mais ça prend aussi un peu, dans le domaine touristique, j'imagine, des attractions spéciales et ça prend des promoteurs.

Alors, qu'est-ce que vous faites pour justement stimuler un peu l'arrivée de ces promoteurs? Est-ce qu'il y a un programme d'aide qui existe? Et quelle en est un peu la teneur, actuellement?

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Mont-Royal. M. le ministre.

M. Bachand: Merci, M. le Président. Le député de Mont-Royal met encore une fois le doigt sur une des activités clés pour développer le tourisme au Québec.

On a parlé donc des projets structurants avec les régions, mais on a aussi développé un nouveau programme pour appuyer des projets structurants plus importants, des projets de plus de 1 million. Ça s'appelle l'Aide stratégique aux projets touristiques. Et nous allons y consacrer 2 millions par année, donc 10 millions au cours des prochaines années. Et ça aussi, ça devrait lever probablement 150 millions de projets.

Par exemple, on pourrait prendre comme exemple bien l'hôtel-musée Wendake, à Québec, bon, qui était un projet important de 16 millions dans lequel le gouvernement du Québec a contribué près de 5 millions; le ministère du Tourisme, 250 000 \$. Voici un projet qui vient ajouter à l'offre touristique. On peut parler de L'Eau à la bouche, dans les Laurentides; du jardin zoologique à Saint-Félicien, qui est un projet exceptionnel, dans lequel on a ajouté, on a investi. Ils ont augmenté leur offre avec les macaques japonais, et c'est un succès exceptionnel. Ce qu'on a mis sur pied, M. le Président, donc, dans ce projet-là: 2 millions par année. Mais l'appel de propositions est maintenant terminé. Savez-vous combien de projets on a reçus, M. le Président, au cours des dernières semaines? On a reçu 30 projets, pour 100 millions de dollars d'investissement, et qui demanderaient 14 millions du ministère du Tourisme, pour 100 millions de dollars d'investissement. Voilà, quand je vous dis que je suis conservateur sur l'effet de levier que je mentionne, on a un exemple. Bien sûr, on n'a pas 14 millions, on a 2 millions pour l'instant. Ces projets-là sont sous étude actuellement. La période d'appel de propositions vient de se terminer.

Alors, il y a une étude pour qu'on choisisse justement, à travers ces 30 projets, lesquels sont les plus structurants au fond pour améliorer l'offre, pour attirer des touristes, soit des touristes du Québec, parce que le tourisme intra-Québec est très, très important — c'est le plus important — soit bien sûr des touristes canadiens, des autres provinces, ou des touristes américains. Et on va aller année après année, comme ça. Alors, on est fort confiants de voir graduellement, partout sur le terrain, renouveler notre offre touristique, ajouter des attractions. On le fait en consultation. On a un comité expert, là, actuellement qui étudie ces projets-là. Le ministère connaît mon impatience quand il s'agit de projets de développement. Donc, on veut essayer. Moi, je veux mettre ces chantiers-là le plus rapidement possible, mais ça doit être fait avec rigueur, comme ils le font toujours au ministère, dans l'étude des projets. Mais c'est très encourageant de voir, de ce programme qu'on vient de lancer, à la fois au niveau des associations touristiques régionales et qui... Il y en a quatre qui ont signé. Il y en a trois qu'on est en train de signer.

Donc, ce projet-là va vraiment démarrer rapidement sur le terrain. Mais, le volet de grands projets structurants, on a reçu 30 propositions, M. le Président, avec des projets à travers ça très intéressants. Et donc on verra des projets du type, dans le passé, du type du jardin zoologique de Saint-Félicien, l'hôtel-musée Wendake, qui sont des projets plus modestes bien sûr que celui du Massif. Je remercie,

M. le Président, le député d'avoir parlé du Massif. Le Massif de la Petite-Rivière-Saint-François, ce projet fantastique, hyperstructurant pour la région de Québec, le député de Jean-Lesage n'en parle jamais, évidemment, parce qu'il ne parle jamais des bons coups, mais ce projet-là, qui va être à la région, c'est le projet le plus intéressant dans le Nord-Est de l'Amérique. Pas du Québec, de l'Amérique. C'est un projet parmi les plus structurants. Mais il n'existerait pas sans bien sûr le dynamisme et l'imagination de Daniel Gauthier et de son équipe, qui a décidé d'investir ici et de faire un projet vraiment du XXI^e siècle, un projet vert, un projet amusant, un projet de développement exceptionnel, un projet aussi avec ce train.

On voyait, dans *Le Soleil*, ce matin, là, le projet qui va de l'avant. Mais tout le monde sait que ce projet n'existerait pas sans l'appui et l'effort majeurs que le gouvernement du Québec a mis, que j'ai mis l'an dernier, que le premier ministre lui-même a mis pour débloquer aussi l'appui du gouvernement du Canada, qui était très modeste à l'origine mais qui finalement a été suffisant. Au moins, qu'on a comblé les sommes. On a mis, nous, près de 34 millions de dollars dans ce projet de 225 millions de dollars.

Alors, on a parfois des grands projets. Il n'en passe pas beaucoup, des Mont-Tremblant et des Massif de la Petite-Rivière-Saint-François, dans notre histoire. Quand ça arrive, il faut les saisir, il faut les prendre, il faut les faire arriver, surtout quand le privé investit beaucoup d'argent. Mais on a aussi partout en région, à travers le Québec, des projets plus modestes, aussi structurants. Voilà pourquoi on a mis ce programme sur pied. Voilà pourquoi je suis très heureux de vous annoncer, M. le Président, qu'on a reçu déjà 30 propositions et que j'ai bon espoir qu'au cours des prochaines semaines, des prochains mois — je rappelle toujours que le premier ministre m'a donné deux conseils quand je suis entré en politique, et le premier, c'était de ne jamais donner d'échéance; mais au cours des prochaines semaines, des prochains mois — d'être capable, avec les partenaires qui doivent structurer leurs montages financiers aussi, mais qu'on a... C'est le coup de pouce majeur, c'est l'effet de levier et c'est le ministère du Tourisme et le gouvernement du Québec qui allons faire ça.

Et on va voir apparaître, à travers le Québec, d'autres nouveaux projets d'investissement pour améliorer notre offre.

● (10 h 50) ●

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. 1 min 30 s au groupe ministériel. Est-ce qu'on continue avec M. le député de Mont-Royal?

M. Arcand: Je vais laisser...

Le Président (M. Sklavounos): Mme la députée de Laporte, une minute et...

M. Arcand: Non, mais peut-être qu'elle pourra reprendre tout à l'heure.

Une voix: Dans l'autre bloc.

M. Arcand: Dans l'autre bloc.

Le Président (M. Sklavounos): Ah. Il n'y a pas de problème, on va reporter votre temps sur votre autre

bloc. Alors, je vais maintenant reconnaître le député de Jean-Lesage pour votre prochain bloc. 17 minutes, M. le député.

Site Internet *BonjourQuébec.com*

Coût de mise en oeuvre

M. Gosselin: Merci, M. le Président. J'ai quelques questions au sujet du site *BonjourQuébec.com*. Je voulais savoir combien a coûté l'implantation du site *BonjourQuébec.com*.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Jean-Lesage. M. le ministre.

M. Bachand: M. le Président, je vais demander à ma sous-ministre ou à M. Vacher, sous-ministre adjoint. Le site *BonjourQuébec.com* bien sûr existe depuis un certain nombre d'années. Je n'étais pas là à l'époque, ça fait juste deux ans que j'ai joint cette magnifique mission gouvernementale, alors est-ce que Mme la sous-ministre aurait réponse à cette question? Sinon, on vous la donnera un peu plus tard.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, Mme Pagé, sur le même consentement que plus tôt.

Mme Pagé (Louise): Alors, le développement du site *BonjourQuébec.com* est un des premiers partenariats privé-public du gouvernement. C'est un partenariat avec Bell Canada. C'est un partenariat d'une vingtaine de millions de dollars qui se partageraient dans des investissements à Bell, au point de départ, de sept; ça a été rajouté avec un cinq, ça fait 12. Au total, Bell aura investi 20 millions depuis le début du partenariat; le ministère du Tourisme, des investissements de 4 millions. C'est partagé. Donc, le ministère est responsable de l'approvisionnement en informations, et Bell est responsable du volet transactionnel de *BonjourQuébec.com*. Bell compte 1 950 contrats avec différents intervenants qui sont sur le site, donc des hôtels, des restaurants, des campings. Et donc c'est le volet transactionnel. Et les partenaires ont des frais, évidemment. Et les gens qui font affaire n'ont pas de frais là parce que c'est dans le coût du partenariat.

Alors, grosso modo, annuellement l'entretien du système informatique d'information touristique qui appartient au ministère coûte environ 4 millions par année.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, Mme Pagé. M. le député de Jean-Lesage.

Réservations en ligne

M. Gosselin: Merci, M. le Président. Dans un sondage — j'imagine que c'est le ministère du Tourisme — on parle de la satisfaction de la clientèle du point de vue du site *BonjourQuébec.com*, puis, le côté information, accueil, le rôle du ministère en fait, les clients semblent assez satisfaits, même, je dirais, très satisfaits. On voit un haut taux de satisfaction. Par contre, du côté des réservations en ligne, c'est là que ça se dégrade. J'aimerais entendre le ministre là-dessus: Est-ce que c'est vraiment le rôle du gouvernement et de son partenaire de s'occuper de réservations en ligne?

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

M. Bachand: Bien, moi, je pense, on est en concurrence dans le monde, hein, puis ultimement ce qu'il faut, c'est penser au client. Qu'est-ce que le client cherche? Le client cherche à organiser ses vacances, il cherche à organiser son voyage d'affaires aussi, un petit congrès, une petite réunion d'affaires dans une région du monde, qu'il soit canadien, ou américain, ou même québécois, hein? Et il faut constamment, parce que les autres, ils s'organisent. Donc, nous, au Québec il faut aussi qu'on s'organise pour fournir — il faut penser aux citoyens, là; pour fournir — aux citoyens en disant: De façon facile — les Anglais diraient «user friendly» — hein, de façon amicale pour l'usager, que ce soit facile pour l'usager, pour l'usagère de trouver dans son domaine, dans ce qu'il recherche comme expérience touristique, comment on se rend.

Et aujourd'hui, de plus en plus, effectivement non seulement c'est de dire: Ah, bon, bien, tiens, oui, j'ai quatre pourvoies où je peux aller, où j'ai des auberges, où j'ai des spas, où je peux aller à la pêche; tiens, je veux aller voir des baleines, mais comment les gens trouvent justement ça? Bien, c'est de plus en plus soit par un agent de voyages spécialisé, parce que les agents de voyages sont très importants, ou soit ils s'en vont sur Internet puis ils surfent, ils naviguent sur Internet. Et, en ce sens-là, *BonjourQuébec.com* est très important pour faire ces liens. Et il va être de plus en plus important aussi de faciliter la réservation en ligne, qui est un phénomène qui grandit dans le monde, qui n'est pas utilisée par tout le monde aujourd'hui, hein? Il y a des gens qui s'en vont en ligne, puis après ça ils prennent le téléphone puis ils appellent pour faire leurs réservations. Il y a encore des gens qui ont une méfiance, mais, si on regarde la croissance des réservations en ligne pour les achats de billets d'avion, pour des réservations d'hôtel à travers l'Amérique, c'est une croissance fulgurante.

Donc, il faut s'assurer qu'on s'améliore constamment dans nos outils mais qu'on le fait avec l'industrie aussi et qu'on s'assure que graduellement les citoyens... ou qu'on fasse des hyperliens avec ceux qui sont capables de faire ça. Et c'est pour ça qu'on le fait en partenariat aussi. Et, dans ce cas-là, ça a été un appel d'offres. C'est Bell qui a gagné l'appel d'offres. Le contrat a été prolongé. Il vient à échéance, je pense, en 2012, actuellement. Bien sûr, il faudra se pencher sur le nouvel appel d'offres et les nouveaux paramètres, par la suite.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Jean-Lesage.

Objectifs en matière de recettes touristiques

M. Gosselin: Merci, M. le Président. Au point de vue de la stratégie du ministère du Tourisme élaborée en 2003, on parlait d'objectifs de recettes touristiques, en 2003... 9 milliards de dollars et un objectif à atteindre de 13 milliards en 2010. Tantôt, dans les remarques d'ouverture, le ministre a mentionné que nous étions rendus à 10 milliards en 2007. Vraisemblablement, l'atteinte du 13 milliards, l'objectif de 13 milliards, en 2010, semble être compromis. J'aimerais entendre le ministre là-dessus et qu'est-ce qui va être fait pour s'assurer qu'on atteigne l'objectif en 2010.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Jean-Lesage. M. le ministre.

M. Bachand: L'objectif est ambitieux, l'objectif est difficile, M. le Président. Peu de monde aurait pensé il y a quelques années que le dollar canadien serait à parité, hein, on le voit. On a le défi au niveau manufacturier. On a le défi aussi au niveau de l'industrie touristique.

Alors, on est en croissance, hein, les recettes sont passées de 10 milliards à 10,4 milliards, à 10,6 milliards, un estimé pour l'année 2008, bien sûr. Les recettes touristiques sont en croissance globalement, mais, par rapport à la cible fixée, elle est ambitieuse. Voilà pourquoi on redouble nos efforts avec l'ensemble de l'industrie. Voilà pourquoi on a fait, par exemple, les festivals. Tout le monde se souviendra. Mais c'est drôle, les bons coups, les gens les oublient rapidement. Mais vous vous souvenez de la bataille que j'ai menée sur les festivals. Premièrement, le gouvernement a augmenté le budget des festivals, par le ministère du Tourisme, de 10 millions à 12 millions, 12,5 millions. L'effort global du gouvernement du Québec est de 30 millions. Et j'ai aussi fait campagne ardue pour inciter le gouvernement du Canada qui finalement a adopté un nouveau programme, et on voit que ça a donné quelques fruits, pas ceux qu'on aurait souhaités, mais que ça a donné un certain nombre de fruits.

Mais voilà pourquoi aussi, quand on regarde comment évolue le comportement du touriste, alors il faut, si on veut atteindre ces recettes-là, il faut travailler sur nos événements puis il faut travailler sur notre offre. Qu'est-ce qu'on offre à la personne qui veut voyager? Est-ce qu'on l'excite, est-ce qu'on offre quelque chose d'important? Alors là, c'est multidimensionnel et, encore là, c'est avec nos partenaires, c'est notre amélioration de l'offre touristique. C'est ce dont on a parlé il y a quelques minutes. Ce sont de s'assurer que nos grands flambeaux, que ce soient nos grands festivals, mais que ce soit aussi — on parlait, tout à l'heure, avec le député de Labelle — de la région de Mont-Tremblant, que ce soit Le Massif, que ce soit l'aéroport de Québec. On parlera des croisières, au fond.

On a amélioré notre image avec une signature. On a, depuis cette stratégie touristique, nos quatre grandes expériences, hein — on leur dit quand on parle dans le monde: on est des grandes villes, on est la villégiature, on a la grande nature, on est le Saint-Laurent. Voilà ce qu'on va vendre au monde entier et ce qu'on va vendre aux Québécois aussi, parce que le gros du tourisme, c'est un tourisme intraprovincial, qui est dans la province, et voilà pourquoi il faut être plus actifs aussi de ce côté-là. Alors, on est en marche: on est en marche avec notre industrie, on est en marche avec les 30 000 personnes qui composent cette industrie-là.

Est-ce qu'on atteindra l'objectif? C'est une cible ambitieuse, et, la conjoncture économique, le ralentissement aux États-Unis, je ne pense pas qu'elle était prévisible il y a trois ans. Alors, ce qu'il faut, c'est progresser.

● (11 heures) ●

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Alors, M. le député de Jean-Lesage, huit minutes dans le bloc.

Calcul des recettes touristiques

M. Gosselin: Merci, M. le Président. J'aimerais savoir qu'est-ce qui est inclus dans les recettes touristiques.

Est-ce que ça comprend, par exemple, toutes les ventes des agences de voyages?

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

M. Bachand: Vous avez une question très pointue, puis je veux bien répondre à votre question. Je vais demander aussi aux spécialistes, mais, quant à moi, ce sont les dépenses effectuées par les touristes, ce 10 milliards.

Un touriste, je vous le rappelle, c'est défini comme étant une nuitée et provenant de plus d'un... Il y avait un rayon de 40 km. Je pense que les définitions vont changer pour l'avenir. L'Organisation mondiale du tourisme a changé les définitions, puis je pense que ça va être rendu 26 km. Ça comprend bien sûr, aussi, les excursionnistes qui arrivent en autocar. Et donc c'est les dépenses directes des touristes. Mais, Mme la sous-ministre, peut-être que vous pouvez compléter ma question ou la corriger.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, Mme Pagé.

Mme Pagé (Louise): Non, ça ne nécessite pas de correction, M. Bachand. Ce sont effectivement les dépenses qui sont faites, les dépenses directes dans l'hébergement... les achats des touristes, souvenirs. Quand ils sont en auto, ça comprend l'essence. Mais, si vous voulez, on peut vous faire parvenir l'annexe de Statistique Canada et du Bureau de la statistique du Québec qui définit tous les postes de dépenses qui sont pris en compte dans ce calcul-là. Ça vous permettra d'avoir une réponse plus précise.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, Mme Pagé. Alors, vous pouvez faire parvenir le document au secrétariat de la commission, et on pourrait le partager avec tous les groupes. Alors, M. le député de Jean-Lesage, il vous reste un petit peu moins de six minutes.

M. Gosselin: ...M. le Président. En fait, l'information va m'être utile, si la sous-ministre veut bien me l'acheminer. Merci.

En fait, ce que je veux m'assurer, c'est que... Parce que pour moi les objectifs, c'est concret. Le ministre parle d'objectifs ambitieux, j'en conviens, mais tout de même c'est des objectifs qu'on s'est fixés en 2003, que son gouvernement s'est fixés en 2003, et il faut les atteindre. Je trouve un peu dommage... il y a déjà un aveu, de la part du ministre, qu'on ne les atteindra pas en 2010, mais tout de même on peut dire que ça a monté un peu, de 9 milliards en 2003 à 10 milliards en 2007. Mais, si on compte l'inflation et la hausse de toutes les dépenses qu'on a connues depuis 2003, je ne suis pas certain que le ministère performe. Mais aussi ce que je veux m'assurer, c'est que dans les recettes touristiques ne sont pas incluses les dépenses de Québécois qui achètent un voyage dans une agence de voyages pour aller à Cuba ou en Europe. Je veux m'assurer que les montants qui sont dépensés ne sont pas inclus dans les recettes touristiques parce que ce n'est certainement pas là-dessus qu'on veut juger la performance du ministère du Tourisme.

Définition de «touriste»

Aussi, le ministre vient d'en parler rapidement, mais ça, je veux avoir la confirmation... la définition d'un «touriste» versus la définition d'un «excursionniste» — en

fait, les deux définitions par rapport aux définitions en 2007 — parce qu'elle a changé. Donc, automatiquement, c'est certain qu'on affecte les chiffres des recettes touristiques. Et tantôt, dans mes remarques d'ouverture, je parlais d'objectifs concrets mais aussi transparents et réalistes. Et, la définition, en avril 2007, on parlait d'une distance de 80 km; on est rendu à 40 km. Et, dans le cas des excursionnistes et pour les touristes, on ne parle plus de kilométrage mais simplement d'une nuitée.

Donc, si je peux avoir la confirmation que la définition, comme le ministre vient de le mentionner, la définition aurait changé au niveau de l'organisme de l'Organisation mondiale du tourisme, j'aimerais avoir l'information. Est-ce que le ministre peut me confirmer en effet que c'est à l'Organisation mondiale que la définition a changé?

M. Bachand: ...

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Premièrement, on prend ce que Statistique Canada fait et... Statistique Canada pour avoir des comparaisons internationales de qualité. Je ne sais pas si c'est l'Organisation mondiale du tourisme ou il y a une autre organisation, là, qui est dans le tourisme, mais c'est une norme internationale.

Un touriste, donc c'est une personne qui a fait un voyage avec une nuitée ou plus, mais moins de un an, à l'extérieur de sa ville et qui a utilisé de l'hébergement commercial ou privé. En d'autres mots, donc la nuitée est importante. L'excursionniste, c'est une personne qui fait un aller-retour dans la même journée, à l'extérieur de sa ville, mais dont la distance est au moins 40 km. Et je pense que c'est ça, la définition qui a changé depuis 2005. Et avant ça la distance était plus élevée que 40 km, je pense que c'était 80. Je ne veux pas vous induire en erreur.

Alors, quand on parle de visiteurs, on parle de touristes et d'excursionnistes. Et, quand on parle des visites province, parce que vous allez trouver ça, bien, évidemment, c'est les gens qui ont fixé un voyage au Québec et qui viennent des autres provinces.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Jean-Lesage, 2 min 30 s dans ce bloc.

Calcul des recettes touristiques (suite)

M. Gosselin: Donc, que la définition soit de Statistique Canada ou de l'Organisation mondiale, peu importe, mais est-ce que le fait qu'on diminue le kilométrage, qu'on change de définition, est-ce que ça augmente les recettes touristiques?

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

M. Bachand: Pour l'instant, donc, pour vous donner un complément de réponse avec le tableau qu'on vous enverra, mais l'information que j'ai, c'est que Statistique Canada n'a pas encore sorti les données. On travaille sur des estimés, quand on parle de 2007, par StatsCan. Ça prend bien du temps avant de fournir les données réelles. Parce que, dans ce cas-là, effectivement, si on parle de 30 000 commerces au Québec et puis l'ensemble, on n'a

pas de réponse précise à votre question. Mais en théorie, si je regarde les festivals, par exemple, où on est en train, avec rigueur, cette année, de mettre en oeuvre une mesure d'impact touristique dans chacun des festivals, c'était fait dans les grands festivals. Mais, la définition de «touriste» bien sûr, le nombre de kilométrages a été réduit. Alors, en théorie, un festival aura aujourd'hui plus de touristes qu'il y en avait il y a huit ans.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Jean-Lesage, 1 min 15 s.

Organigramme du ministère du Tourisme

M. Gosselin: Merci, M. le Président. L'an passé, lors de l'étude de crédits en juin 2007, j'avais demandé au ministre un organigramme. Je l'ai redemandé aussi à Mme Pagé lors d'une rencontre, à l'automne. Et à chaque fois on me remet toujours l'organigramme qu'on retrouve sur le site Internet du ministère du Tourisme. Personnellement, je suis quand même assez jeune, M. le Président, comme vous pouvez le constater, ça fait longtemps que je suis allé sur Internet puis j'ai téléchargé l'organigramme. Ce n'est pas l'organigramme qu'on retrouve sur le site du ministère que je veux, c'est l'organigramme complet. Puis j'invite le ministre ou sa sous-ministre à aller voir l'organigramme qui m'a été fourni par le Centre des congrès de Québec, qui est complet, où l'on retrouve ceux qui travaillent au Centre des congrès, sont sur l'organigramme. Donc, moi, ça me permet de voir qui fait quoi.

Et je le redemande au ministre — je lui donne une deuxième chance: Est-ce que je pourrai finalement mettre la main sur l'organigramme du ministère du Tourisme, l'organigramme complet, dans les plus brefs délais? Merci.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, merci, M. le député de Jean-Lesage. M. le ministre, est-ce qu'on peut confirmer que ce document que demande M. le député de Jean-Lesage existe?

M. Bachand: Un, M. le Président, ça me ferait plaisir de le redéposer si jamais ils n'ont pas analysé ce qu'il y a dans le cahier, mais vous avez l'organigramme du ministère, de la même méthodologie que tous les autres ministères fournissent leurs organigrammes pour la question des crédits. Alors, c'est ce que je suis prêt...

Le Président (M. Sklavounos): Vu que le temps est écoulé, M. le ministre, je vais vous inviter à le déposer, avec le consentement des membres, ce document-là. J'ai l'impression que ce sera le même document.

● (11 h 10) ●

Une voix: ...

Document déposé

Le Président (M. Sklavounos): On constate le dépôt du document. Alors, sur ce, je vais reconnaître M. le député de Labelle pour un bloc de 14 minutes.

Affichage le long des routes

M. Pagé: Oui. Je vous remercie, M. le Président. Vous avez mentionné tout à l'heure, M. le ministre, que

ce que l'on a à vendre, c'est bien sûr notre Capitale-Nationale, Montréal, patrimoine, le fleuve Saint-Laurent, nos paysages, notre grand territoire. Et, quand on parle de paysages, on sait que ça correspond de plus en plus à cette nouvelle tendance mondiale de géotourisme, de tourisme vert. On en parle de plus en plus.

D'ailleurs, on a souligné il y a quelques mois que Montréal est la première ville à obtenir le statut de géotourisme au monde. Alors, il y a une nouvelle tendance qui est lourde, là. Je suis convaincu que vous êtes au courant de tout ça, mais il y a des petites choses qui font que, même si on veut protéger nos paysages, attirer du tourisme, il y a des petites choses qui font en sorte qu'on gâte la sauce très rapidement. Et ça va être très terre à terre, ce que je vais vous poser comme question, mais, quand on parle justement de protection du paysage mais qu'on se promène sur nos autoroutes et qu'on voit l'affichage qui est malheureusement fort déficient, on se rend compte qu'il n'y a effectivement pas d'arrimage entre protection du paysage et la porte d'entrée, nos autoroutes, où on voit un affichage qui est malheureusement très peu reluisant, très peu intéressant pour le touriste qui va se promener dans les Laurentides ou ailleurs.

On n'a qu'à... Quand on se promène le long de l'autoroute, ici, sur la 40 — je peux nommer la 15, mais la 40, c'est la même chose — on s'en va vers Charlevoix puis on se rend compte que... Et, en termes de produit touristique, si on veut protéger nos paysages, il faudrait qu'au moins, au départ, la porte d'entrée, qui sont nos routes, nos autoroutes, qu'il y ait un effort de fait dans ce sens-là. À ce que je sache, je pense qu'il n'y a pas véritablement de politique ou de lien qui est fait avec le ministère des Transports du Québec afin de s'assurer qu'on se donne une politique d'affichage qui puisse mieux correspondre à nos intentions touristiques. Alors, j'aimerais savoir de votre part si vous êtes sensible à cette réalité, si c'est votre intention de poser des gestes, si c'est votre intention de parler au ministère des Transports pour que l'on protège mieux nos paysages, pas simplement une fois que les gens qui sont rendus dans le parc des Hautes-Gorges, ou dans le parc des Grands-Jardins, ou dans le parc national du Mont-Tremblant... mais qui la porte d'entrée, que nos autoroutes et que nos routes, qu'on puisse véritablement protéger nos paysages.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Labelle. Je vous invite à éviter le dialogue, à adresser la question à la présidence. M. le ministre.

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je suis sûr que le député de Labelle ne veut pas abolir la Porte-du-Nord, avec ce McDonald qui est là mais qui est important comme service autoroutier.

C'est un point important que le député de Labelle souligne, mais je le prendrais dans un contexte un peu plus large, parce que, si je parle de la grande ville, il n'y a pas grand villes dans le monde où vous arrivez de l'aéroport à la grande ville, où que vous arriviez par route, où c'est d'une beauté absolue. Ce qu'il faut effectivement, c'est, dans les régions qui sont des régions avec des attraits importants, qu'on porte une grande attention sur ça, et on le fait de diverses façons. Par exemple, sur les éoliennes, il y a des éoliennes, il y a un appel d'offres actuellement, au Québec. Il y a 2 000 MW en appel d'offres. Je pense

qu'il y a eu 7 000 MW de déposés. À un moment donné, bientôt l'Hydro-Québec dévoilera les résultats. Mais, dans cette démarche-là, il y a effectivement des débats dans chaque région, et là ce n'est pas le gouvernement qui décide, c'est les MRC qui doivent faire leurs plans d'aménagement. Et je dirais au député de Labelle, M. le Président, qu'il y a aussi une responsabilité locale, régionale dans la stratégie de développement d'une région. Si une région veut avoir quatre usines avec des cheminées plutôt que des attraits touristiques, à un moment donné, c'est à la MRC de régler ça.

Ce qu'on fait, nous, au ministère, c'est de les aider. Par exemple, dans les éoliennes, on a défini des circuits touristiques, on a défini ce qui, pour nous, avec l'expertise du ministère et de ses experts... des corridors qui devraient être protégés et on a donné cette expertise-là aux MRC, aux régions pour qu'ils en tiennent compte le plus possible. Par exemple, ma collègue la ministre du Patrimoine est en... il y a un débat. Il y a un livre qui a été déposé avec une politique du patrimoine, mais il est en consultation, mais, dans cette consultation-là, le ministère du Tourisme, d'ailleurs, participe à la consultation: Est-ce qu'on protège notre patrimoine dans la loi du patrimoine et jusqu'où va-t-on, à part les vieux édifices historiques?

Et, troisièmement, Tourisme Laurentides — une région qui intéresse particulièrement le député de Labelle; Tourisme Laurentides — dans sa stratégie ACCORD, là, cette stratégie de développement économique avec chacune des régions, il y a un créneau touristique, un créneau très important dans les Laurentides, et il y a justement une réflexion, dans le créneau encore Laurentides, sur la protection des paysages, et c'est une de leurs interrogations. Et ce qu'on fait, comme ministère, puis le ministère du Développement économique aussi — j'ai deux chapeaux — qui finance au fond une partie importante du créneau ACCORD... et on finance actuellement. Et il y a une étude, là, qui est en démarrage, en réflexion avec le milieu — c'est toujours en réflexion avec le milieu — sur justement les Laurentides qui se disent: Comment on protège nos paysages?

Et il y a une réflexion en cours donc, dans sa région, qui démarre. Mais notre philosophie, c'est de dire: C'est à la région à réfléchir à ça. C'est au gouvernement à apporter son expertise, son expertise internationale, son expertise nationale, expertise au niveau du Québec. Payons des études, mais, en bout de piste, les choix seront faits aussi en région, dans les MRC, avec les créneaux ACCORD. Ce n'est pas à Québec qu'on va dire: Bien, il va y avoir un panneau à telle place ou il n'y aura pas de panneau à telle place.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Labelle.

M. Pagé: Bien, écoutez, je souhaiterais, moi, que l'on soit beaucoup plus proactif.

Il m'apparaît qu'à partir du moment où une région effectivement a identifié ses créneaux d'excellence et où le tourisme fait partie des créneaux d'excellence il faudrait qu'il y ait arrimage entre les interventions qui sont faites auprès du ministère des Transports et le ministère du Tourisme, et ce que l'on me dit, c'est que pour l'instant cet arrimage-là, cet échange-là ne se fait à peu près pas. Alors, la porte d'entrée, quand c'est l'autoroute 15, entre

autres, et que vous voyez toutes sortes d'affichages et puis des écriteaux, je pense qu'au niveau des paysages, au niveau d'une destination touristique comme la région des Laurentides ou ailleurs dans le Québec, à mon avis ça ne nous avantage pas, et je pense qu'il devrait y avoir une réflexion et une intervention de votre ministère auprès du ministère des Transports du Québec, ce que je ne sens pas pour l'instant. Moi, ce que j'ai sur le terrain, on me dit: Avec le MTQ, on nous balaie un peu du revers de la main. Si vous me dites qu'à l'intérieur d'ACCORD il y a une réflexion qui est en marche, tant mieux, mais j'espère qu'il y aura véritablement des échanges avec le ministère des Transports parce que pour l'instant, quand on s'en va vers les Laurentides et qu'on voit ce qui se passe le long des autoroutes, ce n'est pas très joli en termes de paysages.

Bureaux du Parc olympique occupés par des organismes de loisir

Je sais qu'il reste peu de temps, on est toujours très bousculés, mais je veux aborder un autre sujet, M. le ministre, si vous permettez, M. le Président, c'est celui de la Régie des installations olympiques. Il y aurait beaucoup à dire sur ce sujet-là, on a bien peu de temps, mais je voudrais, à tout le moins, dans un premier temps... je l'ai abordé lors de mes remarques d'ouverture, c'est les 60 et quelques — Bonjour, M. Gourd — fédérations de sport et de loisir qui sont toujours, depuis 30 ans en fait, là, sous le Stade olympique et qui souhaitent en sortir. Écoutez, l'année dernière, votre collègue ministre du Revenu et leader parlementaire, en campagne électorale, avait dit: D'ici un an, vous ne serez plus là. Alors, j'aimerais savoir où vous en êtes dans votre réflexion à cet égard.

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

● (11 h 20) ●

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je sais qu'il y a des représentations de tous les gens de Regroupement Loisir Québec, toutes les fédérations qui sont installées à la Régie des installations olympiques et je permettrais à M. Gourd, qui est le président de la RIO... D'ailleurs, il pourra rappeler le nombre de demandes satisfaites en courant de l'année, là, de petits aménagements qui ont été faits, comme bon locateur, qui ont été faits, mais il y a une réflexion qui malheureusement ne se terminera pas de façon immédiate, au cours des prochaines semaines probablement, parce que la réflexion est aussi: Qu'est-ce qu'on fait avec le quadrilatère global olympique, olympique, ville de Montréal, parce qu'on pourrait bien sûr... Je sais qu'il y a des gens qui ont soumis un projet en disant: On prend tout ce monde-là, puis on les amène ailleurs à Montréal, puis on les installe dans un autre édifice sur l'île de Montréal. Bien sûr, ça pourrait répondre à certains inforts actuels, mais je pense qu'on mérite d'avoir une réflexion stratégique.

Pour moi, ce quadrilatère-là, c'est une grappe, c'est notre grappe sportive, c'est notre grappe scientifique, c'est notre grappe de loisirs, hein, parce qu'on a non seulement le stade, mais aussi on a maintenant notre piscine, le Stade Saputo, on a aussi, au niveau scientifique, on le sait, le Biodôme.

Je vais essayer d'accélérer, M. le Président. Mais est-ce qu'il ne serait pas souhaitable à long terme que l'ensemble de nos fédérations sportives d'élite soient

localisées dans ce quadrilatère, parce que c'est justement, avec le concept du créneau, une grappe? Donc, soit qu'ils restent sur place avec les aménagements, soit qu'on les envoie ailleurs. Mais ce n'est pas si intolérable que ça. Ce serait mieux qu'ils soient mieux localisés, mais est-ce que par ailleurs ce ne serait pas mieux qu'ils soient dans ce quadrilatère, parce que les fédérations sportives ne devraient-elles pas être proches du Stade olympique, proches de la piscine, proches de l'aréna Maurice-Richard, proches finalement du Stade Saputo au niveau du foot?

Alors, voilà la réflexion. Je ne sais pas si M. Gourd veut ajouter. Alors, il y a une réflexion qui est en cours, sans échéance précise actuellement. Je ne sais pas si le président de la Régie des installations olympiques veut ajouter.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Est-ce que j'ai le consentement des membres que ce soit M. Gourd? M. Gourd, vous avez la parole. Il ne reste pas beaucoup de temps, 2 min 15 s.

M. Gourd (André): Bonjour tout le monde. Quant à la RLQ... D'abord, pour l'information générale de tout le monde, je suis en fonction depuis le mois de février, à titre de directeur général, et ce titre-là a été changé, avec la nouvelle loi, comme président-directeur général. Et j'ai rencontré les gens de la RLQ en fait dès mon entrée en fonction. La réalité, c'est que le bail est fini. Pour les accommoder, parce qu'on ne les met pas dehors, on a renouvelé le bail pour deux ans. J'ai eu le plaisir de discuter avec la ministre de l'Éducation, avec mon ministre de ce dossier-là, que tout le monde est au courant parce que ça fait des années qu'ils veulent changer de place. On n'a absolument rien contre, il s'agit de trouver un autre endroit. Et, dans le plan global que nous étudions, ça fait partie des dossiers qu'on a à régler.

Pour le moment, c'est tout ce que j'ai à dire. On satisfait les besoins courants de ces locataires, qui sont très malheureux, mais, nous, on opère avec ce que nous avons de disponible. Voilà.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. Gourd. Une minute: question, réponse. Allez-y, M. le député de Labelle.

Remplacement du toit du Stade olympique

M. Pagé: ...une minute. Écoutez, parler du toit du Stade olympique en une minute, c'est un méchant défi. Mais question simple. Vous pourriez me répondre par oui ou par non. Lorsqu'on s'est rencontrés, M. Gourd... J'en ai parlé également avec M. le ministre. Il y a une solution alternative qui est proposée par un groupe, le groupe Aérolande. On vous a d'ailleurs fourni l'information, les coordonnées pour contacter ces gens, où le coût prévisible serait probablement cinq, six peut-être sept ou huit fois moins élevé que ce qui serait proposé éventuellement. Je veux simplement savoir est-ce que vous avez rencontré les gens. Est-ce qu'il y a une analyse qui est faite? C'est sûr qu'on peut être sceptique en pensant que ça pourrait coûter sept ou huit fois moins cher, mais je pense que, compte tenu qu'on parle de plusieurs dizaines de millions, on va probablement être dans les six chiffres, je pense que ça mérite qu'on prenne le temps d'analyser cette

possibilité de façon très sérieuse. J'aimerais savoir si c'est fait.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, M. le député de Labelle, quelques secondes pour M. Gourd. Alors, je vais vous inviter à une réponse le plus succincte possible. Je suis en train de dépasser le temps, déjà.

M. Gourd (André): À votre demande et à la demande de Louise Harel, j'ai rencontré les gens d'Aérolande et je leur ai demandé de trouver un bureau d'ingénieurs-conseils qui pouvait valider leur projet et nous revenir, puis ils ne sont jamais revenus.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. Gourd. Alors, je vais maintenant passer du côté ministériel et je vais reconnaître Mme la députée de Laporte. Mme la députée de Laporte, un petit peu plus que 17 minutes.

Aide financière aux festivals et aux événements touristiques

Mme Ménard: Merci beaucoup, M. le Président. Je veux tout d'abord saluer toute l'équipe qui accompagne le ministre et surtout je veux saluer votre travail exceptionnel qui est fait au ministère. Et j'ai pu en témoigner à quelques reprises. J'aimerais, M. le Président, faire un petit commentaire avant de débiter. J'espère vraiment que le ministre n'est pas trop intimidé quand il se fait dire par le député de Lesage qu'il a une deuxième chance d'agir. Alors, j'espère qu'il ne se sent pas trop intimidé de ça.

M. le Président, j'aimerais, avant de demander au ministre d'élaborer sur le programme de soutien aux festivals et événements touristiques, j'aimerais faire quelques constats.

Tout d'abord, M. le Président, l'industrie touristique du Québec, comme celle de la plupart des pays industrialisés, traverse actuellement une période de turbulences. Ces dernières sont causées par toute une série de facteurs économiques: le ralentissement de l'économie américaine, la hausse du dollar canadien, et le développement de nouvelles destinations très attractives aussi gruge les parts de marché des destinations traditionnelles. Toutefois, on note une croissance de l'activité touristique qui a approché 3 % en 2007 et qui devrait s'élever à 2,3 % en 2008, selon les prévisions du ministère. D'ailleurs, le Conference Board prévoyait, à l'automne 2007, une croissance de l'activité touristique pour le Québec de 5,9 % en 2007 et de 4,6 % en 2008. La vigueur de la demande intérieure et la contribution d'un événement tel que l'envergure des Fêtes du 400e de Québec n'est pas étrangère à cela, à cette croissance.

M. le Président, l'Office du tourisme de Québec observe, depuis le début de l'année, une hausse sensible des indicateurs hôteliers de la région de Québec, spécialement ceux du Vieux-Québec, et le haut degré de résilience de la demande touristique, et je parle de sa capacité à se remettre rapidement des chocs économiques et sociaux, laisse aussi envisager une reprise prochaine. Je trouve ça très encourageant. Et, M. le Président, le Conference Board anticipe dans cette perspective le retour à une croissance supérieure à 5 % dès 2009.

Alors, voilà les constats que je voulais faire avant de passer au programme de soutien aux festivals et événements touristiques.

Alors, M. le Président, au fil des ans, le Québec a su se démarquer en permettant l'émergence de plusieurs festivals dont la notoriété dépasse largement les frontières du Québec. Les nombreux festivals et événements qui animent le Québec pendant toute l'année génèrent d'importantes retombées touristiques et participent au rayonnement de la destination québécoise. M. le Président, il est important de soutenir ces manifestations culturelles, qu'elles soient récréatives ou sportives, et qui sont susceptibles d'inciter la clientèle québécoise à demeurer au Québec pour découvrir nos villes qui sont animées et nos magnifiques régions — nous avons de magnifiques régions — et finalement de prolonger le séjour des visiteurs nationaux et internationaux. On n'a qu'à penser au Festival du jazz de Montréal et au Festival Juste pour Rire, également des événements en région comme le Festival en chanson de Petite-Vallée en Gaspésie ou encore le Festival de Lanaudière, ce haut lieu de culture mondialement reconnu, M. le Président.

Alors, en 2006, un comité de réflexion sur les festivals et événements touristiques a été mis sur pied afin d'identifier les avenues possibles permettant d'optimiser l'aide financière attribuée dans le cadre du programme de soutien aux festivals et événements touristiques.

Alors, M. le Président, ma question au ministre est la suivante. L'offre touristique du Québec dépend largement du secteur des festivals et événements touristiques. Le gouvernement du Québec a-t-il mis en place des moyens efficaces pour soutenir ce secteur vital de notre industrie touristique?

Le Président (M. Sklavounos): Merci, Mme la députée de Laporte. M. le ministre.

● (11 h 30) ●

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je veux remercier la députée de Laporte de sa question. Je la remercie aussi dans son rôle d'adjointe parlementaire, comme le député de Mont-Royal. Mais la députée de Laporte a particulièrement, au cours de la dernière année, travaillé très fort dans le domaine du tourisme. Elle a travaillé aussi dans d'autres secteurs, mais elle était très impliquée dans beaucoup, beaucoup d'activités touristiques, de réflexion et elle est allée aussi dans de nombreuses régions du Québec. Alors, elle était un conseil et un appui importants, et je la remercie.

Le tourisme intra-Québec est très, très important parce que, si on regarde le nombre de touristes au Québec, au fond on parle de plus de 20 millions — près de 21 millions, cette année — de Québécois qui se déplacent à travers la province. D'ailleurs, c'est le gros du volume. Au fond, c'est des Québécois qui se déplacent à travers la province, qui visitent des régions et c'est très important dans les recettes touristiques. Et, dans ce cadre-là, effectivement les festivals et événements sont un attrait, un outil très importants. Puis il n'y en a pas juste l'été, il y en a l'hiver, il y en a quelques-uns d'ailleurs en dehors des saisons.

Alors, pour mieux structurer notre approche, parce qu'on essaie toujours de se développer plus, créer de la richesse, on a mis sur pied effectivement ce comité de réflexion composé de gens du milieu, de gens qui sont à la fois dans les attractions touristiques, les grands festivals, les plus petits festivals à travers le Québec et cette réflexion qui s'est terminée cette année. Et on a

mis en place le nouveau programme des festivals à la grande satisfaction du milieu, et il y a un certain nombre de volets — maintenant, il y a quatre volets très précis — qui est en place, bien sûr le soutien, ce que les gens connaissent, là, le soutien sur les festivals et événements touristiques, mais il y a un volet maintenant pour les événements émergents, les plus petits festivals qui ont des plus petits budgets mais qui un jour deviendront... Parce que souvent on a commencé, hein? Guy Laliberté a commencé comme cracheur de feu dans Charlevoix, avec une troupe d'acrobates. Alors, les petits événements deviennent grands, hein? Qu'on pense au jazz, le Festival d'été de Québec et à tous ces événements-là. Donc, on a ces deux volets-là. On a aussi un volet pour des événements non récurrents. Des événements non récurrents, c'est le championnat du monde de hockey qui a lieu à Québec, dans quelques jours d'ailleurs, je pense, dans quelques semaines. Ce sont ces grands événements internationaux ou nationaux mais qui arrivent une fois, qui ne sont pas réguliers, qui ne sont pas annuels.

Donc, on a un peu d'argent de côté pour ça. Et il y a un nouveau volet, qui était demandé par l'industrie, un volet de développement. En d'autres mots, même si vous êtes un festival qui existe depuis un certain nombre d'années, est-ce qu'il y a moyen de porter votre festival à un niveau supérieur, supérieur au niveau de l'offre touristique, qui va aller chercher plus de touristes, qui va mieux structurer ça, qui va aller chercher des nouveaux marchés, des nouveaux marchés, idéalement des nouveaux marchés internationaux? Parce qu'au fond, le ministère du Tourisme, notre critère absolu devrait être l'impact touristique des festivals. Et c'est ce qui nous guide d'ailleurs dans l'attribution des montants.

Alors, on a maintenant ces quatre éléments-là qui sont en place. Les gens de l'industrie sont très satisfaits. On a aussi augmenté de façon importante — ça, c'est à ma demande — la vitesse d'exécution. Avant, c'était terrible, le festival commençait au mois de juin, puis ils ne savaient pas, au mois de mai, parce que les crédits n'étaient pas adoptés, ils ne savaient pas ce qu'ils auraient comme enveloppe. On a donc déterminé maintenant deux dates dans l'année, et, s'ils déposent leurs demandes en décembre, bien, dans les deux ou trois dernières semaines, donc au mois de mars, l'ensemble des festivals au Québec ont eu leurs réponses, et donc ils sont capables de planifier leur événement qui va avoir lieu en juin, juillet, août, septembre, ils connaissent leurs budgets. Et, pour les événements de l'hiver prochain, la date d'échéance est, je pense, au mois de mai, au mois d'avril, le 10 avril, et ils auront leurs réponses vers la fin du printemps probablement mais avant la fin juin et donc ils pourront planifier. Et on va essayer de mettre un cycle comme ça, pour aider nos gens, parce que ce sont des développeurs, mais ce sont aussi, au fond, des organisateurs, mais ils ont une entreprise à gérer. Un festival, c'est une micro-entreprise, donc ils doivent avoir leur argent.

L'autre événement qui va amener encore plus de rigueur, parce qu'on a beaucoup de demandes, hein — le gouvernement du Québec, on a monté de 2,5 millions l'appui qu'on fait aux festivals; le ministère du Tourisme, de 10 millions à 12,5 millions — c'était aussi une demande, ça a été salué, et donc il y a une grande harmonie qui règne dans ce milieu-là. Mais l'effort global du gouvernement du Québec est de 30 millions de dollars, parce qu'il y a

le ministère du Tourisme avec son 12,5 millions, mais il y a la Capitale-Nationale, le ministère de la Métropole à Montréal qui ont des appuis, le ministère des Affaires municipales et des Régions, parfois Agriculture, parce qu'il y a des choses d'agriculture, parfois Culture, qui viennent appuyer l'effort global du gouvernement du Québec, qui est de 30 millions. Au niveau du ministère du Tourisme, on a le consensus aussi pour être encore plus exigeants sur les retombées touristiques, parce qu'on a beaucoup de demandes, hein, on a reçu plus de 20 millions de demandes pour la première partie de l'enveloppe, qui est environ de 10 millions. On se garde de l'argent pour l'hiver.

Donc, pour cette première partie de l'enveloppe, entre 9 millions et 10 millions, pour les festivals d'été, on a reçu plus de 20 millions de demandes. Et ce qu'on fait en général, c'est... On en a aidé, vous voyez, l'an dernier. On a reçu 254 demandes l'an dernier, on a soutenu 142 événements. Il y a des événements qui, malgré le dynamisme de leurs promoteurs... ce ne sont pas des festivals, ce sont des événements très locaux, des fêtes locales, des fêtes de quartier, des fêtes de village, des fêtes municipales mais qui ne sont pas des événements touristiques qui attirent, ce sont les citoyens qui fêtent. C'est très bien, c'est très noble, mais ça devrait être aidé plus par les ATR, par les MRC, par les municipalités comme telles. Et il y a ces événements touristiques.

Cette année, il y avait les grands événements qui, eux, avaient des méthodologies, avec des firmes d'experts, et qui comptent le nombre de touristes, qui comptent l'impact touristique hors Québec en particulier et qui comptent aussi ce qu'on appelle les touristes de destination, c'est-à-dire ceux qui viennent parce que c'est le festival, pas: Je suis dans la région, puis il y a un festival, je vais m'adonner à passer là. Et: Je suis compté comme touriste, mais je suis de destination, c'est-à-dire je viens à ce festival, je viens à Petite-Vallée, en Gaspésie, parce que je veux aller à Petite-Vallée, en Gaspésie, ou parce que je veux aller au Grand Prix de Trois-Rivières ou parce que je veux aller au Festival d'été de Québec.

Cette année, tous les festivals vont analyser. Avec des experts, on aura, à la fin de l'année, des données sur l'impact touristique de chacun des festivals pour s'assurer que ce qu'on a comme données soit fait avec les mêmes méthodologies similaires à travers le Québec et qu'on soit de plus en plus rigoureux pour que l'argent des citoyens, l'argent qu'on fait mettre serve au plus grand effet de levier, c'est-à-dire les festivals qui finalement amènent le plus de touristes, créent le plus de richesse dans la région. Mais mon Dieu qu'on a des entrepreneurs exceptionnels au Québec, parce que, quand on prend la liste des événements qu'on appuie — je n'ai pas parlé de Saint-Tite — mais Saint-Tite, voilà un événement en développement, tout le monde connaît le Festival western, tout le monde n'y est pas allé. Il y a maintenant un maillage avec Calgary à cet événement. Ça devient un événement international et de plus en plus.

Et là, et je reviens à peut-être la première question d'un député, et les outils Internet aussi peuvent donner aux festivals qui sont ciblés... On pense au jazz, mais on peut penser à Saint-Tite. Il y a des gens qui... c'est ça qu'ils recherchent dans la vie, ce type de festivals là, mais ils sont partout sur la planète, et donc, avec l'Internet, c'est plus facile à les rejoindre si on a un marketing très, très ciblé. Avant ça, là, essayer de rejoindre dans le sud des

États-Unis, il faudrait que vous fassiez des campagnes au Texas, à Dallas, ça coûtait une fortune. Avec l'Internet, on peut, dans tous les domaines, que ce soient un festival de musique pointu, un festival d'accordéon — le festival des chants marins est à Rimouski, je pense, ou à Montmagny — le festival des chants marins...

Une voix: ...

M. Bachand: Il est à Saint-Jean-Port-Joli. Excusez-moi. C'est le long du fleuve. Mais c'est un festival très pointu, le festival des chants marins. Je pense qu'il y en a un seul équivalent en France, mais on peut essayer de rejoindre justement des clientèles.

Alors, encore là, ça fait partie du renouvellement de l'offre, ça fait partie du plaisir parce que le festival, c'est aussi un party, puis il faut avoir du plaisir, mais ça fait partie de l'attraction et de la création de richesse qu'on peut faire en région et ça développe souvent des artistes de chez nous dans tous les domaines, artistes sportifs, et autres.

Alors, voilà pourquoi on est encore plus structuré, plus développeur et qu'on va continuer à aller de l'avant parce qu'on crée de la richesse, M. le Président.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Mme la députée de Laporte, il reste 3 min 15 s environ pour une courte question et réponse.

Mme Ménard: Et l'autre bloc est de combien?

Le Président (M. Sklavounos): Le bloc était de 17 min 30 s.

Mme Ménard: L'autre bloc suivant.

Le Président (M. Sklavounos): Ah, l'autre bloc, c'est 7 min 30 s environ.

Mme Ménard: Sept? Alors, je peux le remettre à l'autre bloc, s'il vous plaît?

Le Président (M. Sklavounos): Ça va.

Mme Ménard: Merci.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, on va passer tout de suite à M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Merci, M. le Président. J'ai combien de temps? Combien de temps il me reste?

Le Président (M. Sklavounos): Vous avez en total 18 minutes, M. le député de Jean-Lesage.

Intentions concernant les sentiers de motoneige et de véhicule tout-terrain

M. Gosselin: Merci. D'entrée de jeu, je vais utiliser peut-être une minute pour faire des remarques finales. Mon rôle, dans l'opposition officielle, est d'être critique. Je l'ai toujours été, un critique constructif, et j'ai toujours dit au ministre que j'étais prêt à collaborer pour faire avancer le tourisme au Québec et du même fait faire

avancer le Québec, mais mon rôle en reste un de critique, et, contrairement au député de Labelle, de la deuxième opposition officielle, qui s'improvise adjoint parlementaire du ministre, je tiens mon rôle à coeur et je suis, dans l'opposition officielle, un critique et je continuerai de l'être.

M. Bachand: ...veut traverser la Chambre pour devenir mon adjoint parlementaire?

Le Président (M. Sklavounos): Je vous demande de continuer avec une question, M. le député de Jean-Lesage.

● (11 h 40) ●

M. Gosselin: Dans mes remarques initiales, j'ai mentionné que je m'attendais à ce que le ministre fasse preuve de plus de leadership afin qu'il réussisse à vendre le tourisme auprès de ses collègues. Et j'ai quelques exemples ici. Durant le dernier hiver, on a eu beaucoup de neige, heureusement, ce qui était une bonne saison autant pour les stations touristiques qui offrent du ski, autant ski alpin, ski de fond, mais aussi les motoneigistes.

La ministre de l'Environnement a voulu introduire une politique mur à mur pour interdire l'accès aux parcs québécois aux motoneiges. Dans un autre cas aussi, la même ministre de l'Environnement, l'été passé, avait alerté la population quant à la présence d'algues bleues dans les lacs au Québec. Et finalement un autre exemple: la ministre des Transports, elle a décidé de commencer à appliquer une loi du Parti québécois, qui date de 1996, pour les sièges de passer sur les véhicules hors route, communément appelés les quads.

Dans ces cas-là, ma question au ministre du Tourisme: Est-ce qu'il est présent et est-ce qu'il s'assure que l'industrie touristique n'est pas pénalisée inutilement?

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Jean-Lesage. M. le ministre.

M. Bachand: Merci, M. le Président. Le député de Jean-Lesage dans sa question soulève deux, trois éléments distincts.

Puis on va parler de la motoneige et des parcs, mais on va parler aussi de la sécurité, parce que, moi, je vais pousser le tourisme n'importe quand, mais, M. le Président, jamais au détriment de la sécurité des citoyens, jamais au détriment de la santé et de la sécurité de nos gens. Et, si le député de Jean-Lesage pense que la sécurité, c'est un jeu, c'est le même parti, je remarque, M. le Président, qui a refusé à ce qu'on baisse le 0,08 au 0,05, comme beaucoup de pays dans le monde, comme en Europe. Et donc, l'alcool, sur les routes, à 0,05, ce parti-là qui a refusé ça bien portera sur sa conscience aussi les morts qu'ils auront au niveau du Québec. Puis, quand on parle de la sécurité, que ce soient des quads, s'il y a des objectifs de sécurité, M. le Président, à un moment donné, comme gouvernement et comme élus, on a des revendications de toutes parts, et il faut doser le bien commun. Puis, oui, ma job, c'est de promouvoir le tourisme et puis de protéger l'environnement, et puis il y a beaucoup d'objectifs, mais la ligne qui s'appelle la santé et sécurité des citoyens, celle-là, c'est une ligne que je ne franchirai pas, moi, en tout cas tant que je serai là comme ministre du Tourisme. Et, si c'est la santé et sécurité de quelqu'un qui est en jeu, bien on aura 1 \$ de moins de revenus touristiques, mais on va protéger la santé de nos gens.

Sur la motoneige, M. le Président. La motoneige, c'est un exemple exceptionnel et c'est une des expériences touristiques du Québec, qui est l'hiver. Et on a au Québec... Saviez-vous qu'on a au Québec 31 000 km de sentiers de motoneige? Et il y a 154 000 motoneiges immatriculées, en croissance de façon importante, d'ailleurs. Ça, c'est des chiffres de 2006. Mais, il y a 10 ans, en 1990, c'était 113 000. On a augmenté de façon considérable, là, depuis 25 ans. Il y a 33 000 personnes qui viennent, des adeptes de la motoneige, qui viennent de l'extérieur du Québec au Québec, pour faire de la motoneige. Donc, voilà donc une source de richesse, une source de création de richesse. Les gens, avec le réchauffement de la planète, à part de ça, ils ont moins d'endroits pour aller faire de la motoneige. Tant mieux pour nous sur cet aspect-là. Nous autres, on a de la neige. L'hiver 2007 était moins bon que l'hiver dernier. Mais ils viennent sillonner nos réseaux. Il y en a 15 000 qui viennent des États-Unis, 11 000 viennent de l'Europe. On a 11 000 Européens qui viennent faire de la motoneige au Québec.

Par ailleurs, encore là, il faut doser. Ça, c'est la motoneige. Puis on a nos parcs, on a nos parcs nationaux, puis, oui, il y a une loi qui dit qu'il ne doit pas y avoir au fond de motoneige dans nos parcs nationaux. Puis fondamentalement il y avait quelques centaines de kilomètres — je n'ai pas le chiffre exact, je ne l'ai pas ici — ...

Une voix: 120.

M. Bachand: ...120 km de sentiers de motoneige qui étaient dans les parcs nationaux. On va essayer de corriger ça. Et ma collègue du ministère de l'Environnement, qui est en charge de la SEPAQ, va justement dire: Bien, il est peut-être temps qu'on applique les lois de l'Assemblée nationale et qu'on les mette en place. Et il y a une démarche en cours avec les associations touristiques régionales. Oui, le ministère participe, les gens de la SEPAQ participent pour refaire ces circuits. De toute façon, il y a une dynamique plus large dans la motoneige. Voilà une richesse. Est-ce qu'on peut développer cette richesse de la motoneige, cette passion que beaucoup de gens ont — et d'Européens, et d'Américains, et de Québécois — pour la motoneige, mais avec la protection de l'environnement, des parcs nationaux, les gens qui veulent faire du ski de fond, qui veulent être dans la nature, etc.?

Et l'art d'un élu, le devoir d'un élu, c'est de doser ça. Et avec aussi, hein, il faut négocier. Les sentiers de motoneige, là, savez-vous qu'il y a 50 000 droits de passage fonciers au Québec... c'est-à-dire de passage, avec des propriétaires fonciers, qui doivent être renégociés sans arrêt? Alors, je pense que ce qu'il faut à terme, c'est d'essayer d'avoir des sentiers de motoneige qui fondamentalement seraient stables, permanents, respectueux de l'environnement, attirants pour nos amis d'Europe et des États-Unis et pour les Québécois aussi et que tout le monde puisse y trouver sa part.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Merci, M. le Président. En fait, dans ma question, j'avais pesé le mot «inutilement»: Ne pas pénaliser «inutilement». Je pense que le ministre s'est peut-être un peu égaré. Mais c'est bien certain que, du côté de notre parti politique, on est bien conscients qu'il

ne faut pas mettre en danger autant l'environnement que la sécurité publique ou la santé publique.

Mesures visant à favoriser la tenue d'événements sportifs

Tantôt, le ministre, suite à une question d'un de ses collègues, nous a parlé du Championnat mondial de hockey, à Québec. On est bien heureux que ça se passe ici, à Québec. En effet, c'est excellent pour le tourisme. Et, j'irais même encore plus loin, le député de Vanier, mon collègue le député de Vanier, a suggéré de se donner comme objectif, de se fixer comme objectif d'avoir 52 championnats de nature internationale par année, un objectif que le ministère du Tourisme pourrait se fixer. Puis je vous dirais que là-dessus on fait quand même un bon travail, mais on pourrait faire un excellent travail, on pourrait vraiment en faire plus. J'ai un exemple dans mon comté, que j'ai vécu de près cet hiver, le championnat de basketball de l'ABA — les Kebs qui jouent dans l'ABA — organiser un championnat, le Final 8, dans mon comté. Et puis ce que je demande au ministre, c'est... non seulement je veux que son ministère soit plus facilitateur surtout dans un cas comme ça, des jeunes entrepreneurs qui essaient de développer quelque chose à Québec, de faire quelque chose de nouveau, non seulement je veux que le ministère soit plus facilitateur, mais aussi fasse preuve de leadership, que ça vienne des fonctionnaires, que les fonctionnaires aillent vers les associations sportives et poussent pour qu'on organise plus de ces championnats-là.

Donc, ma question, le commentaire que je cherche du ministre: Est-ce qu'il s'engage, aujourd'hui, à mettre du leadership là-dedans et à pousser la machine des fonctionnaires au ministère pour qu'on organise plus d'événements de ce type?

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

● (11 h 50) ●

M. Bachand: Il y a des fonctionnaires exceptionnels dans ce ministère qui font preuve de grand leadership, M. le Président, dans la promotion du Québec, dans la promotion du tourisme et dans l'accompagnement aussi des fédérations sportives, mais, dans une philosophie du rôle de l'État, oui, il y a des événements où parfois c'est l'État qui doit prendre le leadership. Mais même les Jeux olympiques, par exemple, l'événement majeur sur une planète, bien sûr le gouvernement, comme tous les gouvernements, y participe, ce qui a été fait pour la candidature de Québec à l'époque, mais il y a aussi finalement les élus locaux et les fédérations sportives.

L'organisation d'événements, c'est un peu comme les grands congrès internationaux. Parce que vous parlez d'événements sportifs, on pourrait parler de grandes congrès internationaux qui ont lieu aux palais des congrès de Montréal et de Québec mais qui, encore là... il y a des équipes de démarchage important faites par Tourisme Québec, par Tourisme Montréal, faites par le Centre des congrès de Québec, le Palais des congrès à Montréal, mais il y a aussi surtout le leadership des Québécois et des Québécoises qui oeuvrent dans ces organisations internationales, ces chirurgiens, ces médecins, ces pharmaciens, ces spécialistes. Et ce sont ces gens qui ultimement, des fois, nous approchent en disant: Bon, bien, dans les 10 prochaines années, on peut peut-être; c'est le tour de l'Amérique du Nord, on peut essayer d'avoir tel congrès.

Il en va de même au niveau du sport. À un moment donné, on peut avoir des idées, mais, nos idées, on va les avoir en approchant les fédérations sportives peut-être, mais ultimement il faut, et on le sait dans le monde, que ces projets-là soient portés par les fédérations sportives. Quand la Jeune Chambre de commerce de Québec a eu un projet pour faire le congrès international des jeunes chambres à Québec, non seulement je les ai rencontrés, on les a appuyés financièrement, on a appuyé, on a payé une mission de la Jeune Chambre pour qu'ils aillent justement plaider leur cause, j'ai reçu, moi-même... Malheureusement, on n'a pas été choisi. C'est Istanbul, je pense, qui a gagné. On était en finale contre Istanbul. On reviendra à la charge, mais il y a d'autres éléments qu'on planifie. J'ai reçu moi-même récemment le président international des jeunes chambres qui vient d'Irlande. Ils m'ont demandé de le voir. Je l'ai rencontré parce qu'on a un autre projet en tête avec eux. Mais c'est la même chose au niveau sportif.

Quand il y a un événement sportif, que ce soit... Il y en a un à Québec. Dans les grands événements sportifs, évidemment on a le tennis. Au Québec, on a des événements ponctuels comme le championnat de hockey qui a lieu ici, il y a des événements récurrents comme le championnat pee-wee. On aura en 2010, à Québec, le championnat de vélo de montagne. Alors, bien, voilà des gens qui sont spécialistes du vélo de montagne et qui nous ont approchés, et là on les a appuyés pour monter la candidature internationale puis les appuyer avec du cash, avec de l'argent aussi des citoyens.

Il faut s'assurer que ces championnats-là soient aussi des événements qui rapportent ultimement en tourisme. Je ne suis pas sûr si l'objectif de 52 championnats... je ne sais pas combien de fédérations sportives internationales de haut niveau existent dans le monde, mais, un par semaine, je pense que ce serait trop.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. M. le député de Jean-Lesage.

Stratégie de développement des croisières sur le fleuve Saint-Laurent

M. Gosselin: Merci, M. le Président. Je vais y aller avec un dossier qui m'est très cher, un dossier que j'ai à maintes reprises parlé au ministre et un dossier aussi que... Non, je ne veux pas intimider M. le ministre, mais je veux qu'il fasse preuve de leadership dans ce dossier-là, qu'il réussisse à convaincre le ministre des Finances de la pertinence, et de l'importance, et de l'opportunité que les croisières maritimes du Saint-Laurent, les croisières en eau froide... l'opportunité que le Québec a la chance de saisir.

Dans une autre commission, la ministre des Transports nous a confirmé que le ministre était sur le point de faire une annonce dans le dossier des croisières maritimes. Il ne faut pas manquer le bateau dans ce dossier-là, M. le Président. Et je demande au ministre s'il peut nous confirmer aujourd'hui ce que la ministre des Transports a avancé: Est-ce qu'il y a une annonce imminente qui s'en vient dans le dossier des croisières maritimes du Saint-Laurent, les croisières en eau froide?

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

M. Bachand: Je suis content que le député de Jean-Lesage appuie le dynamisme et le leadership du gouvernement du Québec au niveau des croisières maritimes.

Et d'ailleurs on a, dès l'an dernier ou il y a un an et demi, d'ailleurs en février 2007, pour le Saguenay—Lac-Saint-Jean, mis 9,8 millions de dollars pour le quai dans ce cas-là, et effectivement au Saguenay maintenant le nombre de bateaux a augmenté et va être en croissance de façon importante. C'est clair que le Saint-Laurent est une de nos destinations magiques et qui fait rêver dans le monde, deuxièmement, que le secteur des croisières est un des segments de tourisme le plus en croissance dans le monde entier, question de vieillissement de la population, question de la force des compagnies qui opèrent dans ce secteur-là, question des nouveaux bateaux aussi avec toutes sortes de tonnages. On le sait, on a le Queen Elizabeth 2 qui vient à Québec, et le Québec est une destination exceptionnelle. Le secteur des croisières d'ailleurs est non seulement en croissance dans le monde, mais il l'est au Québec. Il y a, je pense, 75 000, 78 000 croisiéristes qui ont arrêté, qui sont débarqués à Québec même, l'an dernier.

Alors, oui, nous travaillons. Et, moi, depuis longtemps, avec l'association, d'ailleurs, du Saint-Laurent et tous ceux de cette industrie-là, on travaille fort. Et, moi, comme ministre, j'ai pris ce dossier bien sûr avec l'appui de mes collègues de travail et de ma sous-ministre et une intervention auprès du gouvernement du Canada, parce qu'on n'est pas tout seuls là-dedans, il y a une partie des ports qui appartient au gouvernement du Canada. Je suis très heureux que l'ensemble de ces pressions-là a fait que, dans le dernier budget fédéral, il y a un certain montant d'argent qui a été mis pour les croisières du Saint-Laurent et j'espère bien, au moment opportun, quand tout sera attaché, d'être capable de faire cette annonce à laquelle vous serez tous conviés.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Moins de trois minutes, M. le député de Jean-Lesage.

M. Gosselin: Merci, M. le Président. Alors, je comprends que je vais être invité à l'annonce? Merci, M. le ministre.

M. Bachand: ...M. le Président, et j'espère et je souhaite que le critique officiel de l'opposition officielle en matière de tourisme est invité à la plupart des annonces, et, si ce n'est pas le cas, on va s'assurer que ce le soit, et celui de la deuxième opposition bien sûr, aussi.

Une voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage.

Des voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): À l'ordre, s'il vous plaît!

M. Gosselin: Combien il me reste de temps?

Le Président (M. Sklavounos): Il vous reste deux minutes.

Acquisition du sous-marin Onondaga par le Site historique maritime de la Pointe-au-Père

M. Gosselin: O.K. Dans ce cas-là, M. le Président, je vais finir sur un autre dossier très cher, le dossier du sous-marin Onondaga au musée de Pointe-au-Père, juste à côté de Rimouski. C'est un dossier que j'avais amené à l'étude des crédits 2007, et j'avais demandé au ministre de s'impliquer dans le dossier. Et je vais attendre que le ministre écoute ce que j'ai à dire pour...

Le Président (M. Sklavounos): M. le député de Jean-Lesage, continuez avec votre question, s'il vous plaît.

M. Gosselin: O.K. Parce que j'avais demandé, à l'étude des crédits 2007, au ministre de s'impliquer dans le dossier du sous-marin Onondaga, et il l'a fait. Donc, c'est positif, je le remercie. On serait aussi sur le point... Développement économique Canada, selon nos informations, serait aussi sur le point d'aller de l'avant dans le dossier. En fait, c'est un beau dossier, c'est très positif, et il manquerait seulement le ministère des Affaires municipales.

Les fonctionnaires du ministère, les analystes ont déjà fait une recommandation favorable. Il manquerait simplement la signature de la ministre. Et il y a une urgence dans le dossier parce qu'ils doivent commencer les travaux immédiatement pour pouvoir profiter de marées favorables. Donc, ce que je demande au ministre — comme il l'a fait l'an passé, il s'est impliqué dans le dossier, le dossier a avancé, je le reconnais et je le remercie: Est-ce que le ministre peut s'assurer que la ministre des Affaires municipales et responsable de la Gaspésie... est-ce qu'il peut s'assurer qu'elle apposera sa signature dans les plus brefs délais afin que le projet puisse aller de l'avant?

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le député de Jean-Lesage. 30 secondes, M. le ministre, pour une courte réponse.

M. Bachand: Alors, voilà, dans les projets structurants, un exemple de projet structurant qui a été mieux structuré, et le ministère a contribué d'ailleurs près de 300 000 \$; 25 000 \$ il y a un an, mais 275 000 \$ qui ont d'ailleurs été versés. Je vais parler à ma collègue des Affaires municipales pour qu'elle porte une attention immédiate à ce dossier, mais elle prendra la décision qu'elle jugera bon de prendre.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Alors, je vais maintenant reconnaître M. le député de Labelle. Il vous reste 13 minutes dans ce bloc, M. le député.

Entente négociée avec Birdair inc.

M. Pagé: Oui, merci. Bien, rapidement, M. le Président. Le député de Jean-Lesage voit en moi un adjoint parlementaire. C'est sa façon de voir les choses, mais ma façon de voir les choses, c'est d'essayer de contribuer au développement des régions, au développement du Québec. Et, si d'essayer d'être en mode positif, pour lui ça ne convient pas, bien c'est son affaire. Mais je hais la politique partisane. Pour moi, être dans l'opposition,

ça ne veut pas dire s'opposer de façon systématique mais plutôt d'essayer d'être constructif. Alors, c'est ma façon de voir les choses, n'en déplaise à l'Action démocratique.

On a parlé, tout à l'heure, de la RIO. Je veux y revenir très brièvement parce qu'il ne reste qu'un bloc de 13 minutes. Une question, M. le ministre: Est-ce que c'est possible d'avoir l'entente qui a été négociée avec Birdair? Est-ce que ces documents sont disponibles?

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

M. Bachand: C'est une bonne question. Mais j'avais une feuille, tout à l'heure, sur les sommes financières, et ça, on peut vous déposer le sommaire. Est-ce que le document comme tel, le contrat... Je pense que normalement, comme dans beaucoup de règlements hors cour, il y a une clause qui dit que ça ne peut pas être fait.

Mais, tout à l'heure, vous aviez... Ah, non, c'était sur l'autre dossier. Mais, sur Birdair, je pense qu'on a rendu publics les montants, M. le Président, de la RIO.

Une voix: ...états financiers.

M. Bachand: Dans les états financiers. On va prendre la partie qui est dans les états financiers de la RIO. Il y a un élément, je veux retrouver le chiffre. Peut-être M. le président de la RIO peut... mais, dans les états financiers de la RIO qui sont publics et que vous avez eus à l'élément 30, à la question 38, dans les renseignements particuliers, vous avez donc ce chiffre du règlement à l'amiable, et la RIO a récupéré... il y a un 21 millions qui apparaît aux états financiers, M. le Président.

● (12 heures) ●

Le Président (M. Sklavounos): Alors, je crois, de la réponse de M. le ministre, que le document est déjà disponible dans ce que vous avez reçu, M. le député.

Modernisation des infrastructures des stations de ski

M. Pagé: Je vous remercie. Un autre dossier, M. le ministre, les sports de glisse au Québec. Malgré que nous ayons notamment le ski alpin — je sais que vous en êtes amateur — notamment nous avons eu un excellent hiver en termes de chutes de neige, mais malgré tout cela on sait que nos centres de ski au Québec peinent à se renouveler. Notamment, en termes d'équipements, on évalue à peu près à 100 millions les besoins financiers pour renouveler les monte-pentes, également ce qu'on appelle les canons à neige.

On sait également qu'une partie de ces équipements-là sont faits ici, au Québec. Donc, on pourrait faire avec une pierre quelques bons coups, renouveler nos équipements et en même temps permettre à ces entreprises de continuer à fabriquer ces équipements ici, au Québec. Ils vous ont rencontrés, ils nous ont rencontrés. J'imagine qu'ils ont fait la même chose également avec l'Action démocratique. Ils ont dit qu'ils ont eu votre écoute, ils attendaient, ils avaient beaucoup d'espoir à l'égard du dernier budget. On a fait une recherche ce matin, dans la lecture du dernier budget. Encore une fois, il n'y avait rien. Et pourtant ces gens-là ne demandent pas de subvention, ils demandent plutôt une aide pour des subventions remboursables, hein, donc une aide financière. 600 millions de

retombées économiques, 25 000 emplois pendant la saison hivernale, donc c'est important, c'est majeur pour nos produits d'hiver, et pourtant on sait que la situation des centres de ski, elle est à certains égards, parfois, même lamentable parce qu'il y a certains centres de ski qui sont encore très, très mal équipés.

Alors, est-ce que vous aurez une bonne annonce à leur faire, à ces gens qui vous ont rencontré à quelques occasions, M. le ministre?

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je remercie le député de Labelle d'attirer notre attention sur effectivement les centres de ski, que j'ai rencontrés et que les gens du ministère et du ministère du Développement économique aussi et d'Investissement Québec ont rencontrés, et la solution vers laquelle on se dirige peut-être, pour les gens qui nous écoutent... Il y a un défi de renouvellement des équipements. On parle de renouvellement de l'offre dans certains cas, d'avoir des fonds, mais, dans ce cas-là, plusieurs centres de ski ont besoin de renouveler leurs équipements, leurs canons à neige effectivement pour assurer de démarrer la saison à toute vitesse, de renouveler, de construire des nouveaux remonte-pentes.

Ils ont un grand défi avec les institutions financières, les banques qui ne sont pas là. Ils ne sont pas au rendez-vous, donc ils ne sont pas capables de se financer ou se financent à des conditions où les banques, et les gens vont comprendre ça, exigent d'amortir, donc de payer ces équipements-là sur une très, très courte période. Même si la durée de vie d'un remonte-pente est de 25 ans, les banques veulent amortir ça sur cinq, sept, huit ans. C'est comme si vous achetez une maison, puis le banquier vous disait: Votre hypothèque entre nous ne prend pas 30 ans, prend 10 ans pour la payer. Alors, les paiements sont astronomiques, vous ne seriez pas capables d'acheter votre maison.

Alors, on travaille avec l'association — on les a revus d'ailleurs, même au cours des 10 derniers jours — à créer un programme qui, encore là, et on parle de l'argent des citoyens... donc un programme qui ne sera pas un programme de subvention, qui va être un programme de financement avec Investissement Québec. Les derniers paramètres sont en train d'être mis en place. Mais, au lieu de le faire seuls, on les a reconsultés sur les derniers paramètres, les mises de fonds requises, quelle est à mise de fonds que le centre devrait faire, parce qu'ils sont d'accord que ça doit être une mise de fonds, que ça doit être un projet rentable, la période d'amortissement qu'on devrait exiger: huit, 10, 15 ans, etc. Et c'est en bonne voie de finalisation actuellement, et j'espère bien arriver, au cours des prochaines semaines, à faire cette annonce parce que c'est le temps d'ailleurs de l'investissement.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Six minutes et demie, M. le député de Labelle.

Stratégie de promotion du tourisme de croisière

M. Pagé: Alors, j'y vais en vrac, d'un sujet à l'autre, compte tenu qu'il y a plusieurs sujets qu'on aurait voulu aborder. Vous savez comme moi que les croisières à

travers le monde sont en forte croissance. En fait, on parle autour de 15 % de croissance par année. À peu près les deux tiers des touristes qui profitent des croisières, c'est essentiellement des Américains. Donc, ils sont à notre porte. Et ce que je lis dans les statistiques, c'est qu'au Québec on n'a finalement que bien peu de retombées à l'égard des touristes qui sont friands de ce genre d'aventures, soit les croisières.

Alors, j'aimerais connaître rapidement votre stratégie et les objectifs que vous vous fixez afin que le Québec aille chercher une plus grande part de ce marché de tourisme américain en termes de croisière.

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Voilà un projet de développement où on fait preuve de grand leadership, justement.

C'est un segment majeur. C'est un segment où le Québec a été historiquement sous-développé et c'est par ailleurs un segment en croissance importante, et on a tous les atouts avec le fleuve Saint-Laurent jusqu'à Montréal, en passant par Trois-Rivières. Tous les bateaux ne peuvent pas se rendre à Montréal, à cause du pont de Trois-Rivières, mais il y a Québec, il y a maintenant le Saguenay. Mais on a d'autres destinations, que ce soient Baie-Comeau, Sept-Îles, Gaspé. Puis là évidemment je vais en oublier. Il y en a plusieurs qui souhaitent faire ça. On a tout ce qu'il faut pour capturer ce marché. Mon intention... En 2006, il y avait probablement 112 000 croisiéristes. En 2008, c'est un petit peu plus, ce sera un petit peu plus élevé, on est rendu presque à 150 000 croisiéristes au Québec.

Notre intention, c'est de plus que doubler ce chiffre-là au cours des prochaines années, mais, pour doubler ce chiffre-là, bien il faut qu'ensemble, nous, avec les régions, il faut développer d'autres destinations. L'économie des croisières, c'est que les propriétaires des bateaux, les Holland America, Carnival et toutes ces compagnies-là veulent vendre des excursions. Donc, ils ne feront pas quatre jours de bateau pour venir à Québec puis retourner à Miami. Ils veulent arrêter tous les jours quelque part, que les passagers débarquent. Ils vendent des excursions. C'est un business, ils font de l'argent sur ça. Pour nous, au Québec, c'est une occasion exceptionnelle de développer le tourisme, de développer les régions, de structurer les régions, mais c'est un partenariat exceptionnel. Voilà pour une fois un dossier de mariage entre l'intérêt des régions, et les régions partout au Québec, et des grandes villes, de Québec, de Trois-Rivières et de Montréal, parce que ce n'est pas vrai qu'un bateau va venir de New York et va faire des escales à Sept-Îles, à Saguenay, sans arrêter à Québec, hein, et faire demi-tour avant de venir à Québec. Donc, voilà une occasion exceptionnelle. On doit souligner d'ailleurs que le Québec, dans les sondages de satisfaction d'une des plus grandes compagnies de croisière au monde qui sonde la satisfaction de ses clients sur chacun des ports où ils débarquent partout en Amérique, Québec a fini premier dans le dernier sondage de satisfaction.

C'est une destination exceptionnelle à ce niveau-là. Alors, on travaille fort pour s'assurer justement d'ajouter à l'offre touristique du Québec un volet Croisière encore plus performant puis qui tient compte de la beauté du Saint-Laurent mais de la beauté des régions aussi. Et ça va donner le goût. M. le député de Labelle, M. le Président,

parlait des Américains, mais, moi, je pense que ce que ça va faire aussi, c'est donner le goût aux Québécois de découvrir leurs régions, parce que, quand ils vont voir que le bateau de croisière américain débarque à Baie-Comeau, puis il s'en va à la réserve de la biosphère ou débarque à Sept-Îles puis il s'en va dans une excursion le long d'une rivière, avec nos amis Montagnais, ou qu'il débarque à Gaspé, les Québécois vont découvrir, vont dire: Mon Dieu, c'est beau, je ne suis jamais allé là, c'est exceptionnel, je devrais y aller, moi aussi. Et on pense que non seulement on va aller capturer ces dollars internationaux, mais qu'on va aller aussi augmenter l'offre intérieure.

Puis, troisièmement, les croisiéristes qui arrêtent ici, qui arrêtent une journée à Québec ou une journée à Gaspé, comme les gens qui viennent dans des congrès, vont prendre le goût de revenir puis ils vont dire: Il faut que je revienne plus longtemps.

Alors, il y a un effet de levier dans les croisières et de marketing international. Quand le Queen Elizabeth 2 vient à Québec, inutile de vous dire quelle image, quel marketing international pour le Québec.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. 1 min 45 s environ, M. le député de Labelle.

M. Pagé: Combien?

Le Président (M. Sklavounos): 1 min 45 s.

Plan d'action concernant l'adaptation aux changements climatiques

M. Pagé: 1 min 45 s. Bien, écoutez, très rapidement. M. le ministre, on va voir parfois ce qui se fait dans les autres formations politiques, et, dans votre formation politique, lors de votre dernier congrès, seulement, malheureusement, à deux endroits on mentionne le mot «tourisme». Et il y a une chose qui m'a accroché, que je trouve intéressante, qui est de développer un plan d'action pour l'adaptation aux impacts du changement climatique dans le Grand Nord et dans la forêt boréale, pour les secteurs économiques tels que la foresterie, le tourisme et l'agriculture.

Alors, ce plan d'action, est-ce qu'il est en cours? Est-ce que vous y travaillez?

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Chaque région y travaille, parce que, si on regarde les projets de pourvoirie, les projets qu'on a dans le développement régional, mais, si on regarde... Et on n'a pas parlé beaucoup de développement durable ici parce que le Québec est en avance dans le monde. Quand je suis allé à la grande foire internationale Top Resa, en France, mon collègue, le ministre français du Tourisme, me disait: On a beaucoup à apprendre de vous dans cette dimension. Parce que, le ministère du Tourisme, c'était dans la stratégie touristique de s'assurer aussi que graduellement on inclue, dans nos structures d'accueil, des structures d'accueil qui soient respectueuses de l'environnement, qui soient respectueuses du développement durable. D'ailleurs, le Centre des congrès de Québec, son président-directeur général qui est ici, il y a moyen d'avoir un congrès totalement vert au congrès de Québec, avec des ustensiles biodégradables, avec un

verre... on dirait un verre de plastique, mais ce n'est pas un verre de plastique, c'est un verre totalement biodégradable. Et c'est une dimension exceptionnelle. Et bien sûr on travaille aussi sur cette dimension du Nord-du-Québec, comment on allie le développement de...

Le Président (M. Sklavounos): En conclusion, M. le ministre.

● (12 h 10) ●

M. Bachand: ...notre territoire global, que ce soit en Abitibi, que ce soit sur la Côte-Nord mais dans le Nord-du-Québec. On est un des premiers gouvernements qui a fait ce sommet avec les Innus, les Innus, qui sont nos frères de l'Extrême-Nord du Québec, et de développer leur économie aussi. Le tourisme fait partie du développement de leur économie, puis nos frères autochtones savent comment protéger la nature. Aussi, on va pouvoir allier les deux parce que la nature appartient à la collectivité, et ce qui est très bien comme valeur.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Alors, je vais maintenant passer du côté ministériel et céder la parole. Environ 19 min 50 s, presque 20 minutes vous restent, Mme la députée de Laporte.

Évaluation des retombées économiques des Fêtes du 400e anniversaire de Québec

Mme Ménard: Merci beaucoup. Alors, M. le Président, j'aimerais parler du 400e de la ville de Québec. Alors, l'un des importants événements pour l'industrie touristique au Québec, en 2008, sera évidemment les festivités entourant le 400e de la ville de Québec. Les attentes de la population sont très grandes au niveau de la programmation et des retombées bien sûr économiques de l'événement et pour la grande région de Québec et même pour tout le Québec. Bien que répondant au niveau du gouvernement du Québec, soit le Bureau de la Capitale-Nationale, le ministère du Tourisme est impliqué au niveau de la promotion internationale de l'événement.

M. le Président, ma question pour le ministre, c'est: À ce stade-ci, est-ce que le ministre est en mesure d'évaluer les impacts qu'auront les festivités entourant le 400e de la ville de Québec au niveau des retombées bien sûr économiques?

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

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je remercie la députée de Laporte de poser cette question-là. On se serait peut-être attendu que ce soit la critique de l'opposition officielle qui la pose dans sa région. Mais je pense que ça termine bien cette commission parlementaire sur les crédits de parler de cet événement exceptionnel, le plus grand événement touristique au Québec, cette année, qui est le 400e de la ville de Québec.

Comme gouvernement, vous le savez, on s'est impliqués lourdement pour le succès du 400e. On a mis plus de 110 millions de dollars, 70 millions pour la promenade Samuel-De Champlain. Donc, voilà ce qu'il va rester aussi comme infrastructure, pas juste une dépense ponctuelle. Mais 40 millions aussi pour la programmation. Il y a des événements internationaux majeurs. On a parlé du championnat mondial de hockey. Il y a le Sommet de

la Francophonie qui aura lieu à Québec, grâce au 400e, en octobre prochain. Mais il y a aussi, au mois de mai, Futurallia, ce maillage, et ce sera l'édition record de Futurallia. Je pense qu'ils sont rendus à plus de 1 200, 1 400 entreprises qui vont venir ici, à Québec, à la fin mai. Et, pour le Centre des congrès de Québec, et je félicite M. Bouchard pour ses efforts de marketing et son leadership international, non seulement il était, l'an dernier, le meilleur centre des congrès au monde, mais en 2008 — normalement, à Québec, on a à peu près, quoi, sept, huit à 10 congrès internationaux par année — il va y en avoir 19, des congrès internationaux. Il y a déjà 200 000 nuitées d'enregistrées pour 2008, grâce aux efforts, grâce aux congrès, et ça, c'est 25 % de plus que d'habitude.

Le ministère du Tourisme est très impliqué bien sûr dans l'ensemble de ce qui se passe là, mais globalement — ne prenons pas tous seulement le ministère du Tourisme — c'est toute la ville de Québec, les leaders de Québec mais le Québec tout entier qui va bénéficier du 400e, et je souhaite qu'après ça ça se prolonge par cette visibilité internationale, qu'on crée, internationale pour le 400e. Voilà un bon exemple. C'est la grande fête du tourisme, et, de marier la fête de Québec avec la fête du tourisme, on va mettre Québec, qui est déjà une des grandes destinations touristiques mondiales, avec l'ensemble de ses qualités, sur la carte du monde. Alors, voilà un projet, un exemple donc qui vient illustrer ce qu'on tente avec toute l'équipe du ministère, de ses sociétés d'État et des fonds que vous voterez, si les députés le veulent bien, des crédits pour soutenir ce développement du tourisme qui est un développement, qui est une des industries de l'avenir, qui est une des grandes industries du Québec, qui est une industrie qui est très créatrice d'emplois, qui est dans toutes les régions du Québec.

Et voilà pourquoi je suis très fier d'avoir été ministre du Tourisme au cours des 12 derniers mois et de continuer à l'être. Merci beaucoup, M. le Président.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, M. le ministre. Mme la députée de Laporte.

Mme Ménard: M. le Président, s'il y a consentement, on pourrait passer au vote maintenant. Moi, j'ai complété.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, en regardant les deux autres groupes d'opposition, est-ce que j'ai le consentement?

Une voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): Si vous ne consentez pas, le parti ministériel aura l'option de continuer. Si vous consentez, on pourra passer au vote immédiatement. Alors, du côté du deuxième groupe d'opposition?

M. Pagé: Moi, je peux consentir à ce que le temps soit partagé entre l'Action démocratique et nous, si vous n'avez plus de question.

Des voix: ...

Le Président (M. Sklavounos): O.K. Alors, dans ce cas-ci, Mme la députée de Laporte, je vais vous demander de poursuivre.

Stratégie du ministère en matière de promotion touristique hors Québec

Mme Ménard: O.K., absolument, je poursuis. Alors, j'aimerais qu'on revienne à la stratégie globale de marketing et partenariat promotionnels hors Québec. Alors, j'aimerais qu'on revienne là-dessus.

M. le Président, le développement accéléré du tourisme dans le monde oblige les destinations touristiques à ajuster constamment leurs stratégies finalement de mise en marché. Et, pour faire face à la concurrence qui s'intensifie et satisfaire une clientèle aux intérêts de plus en plus diversifiés, le Québec n'a d'autre choix que de miser sur une offre compétitive et originale. Le développement et l'organisation de l'offre vont jouer un rôle déterminant dans le succès des stratégies promotionnelles. M. le Président, il y a actuellement des mutations profondes qui marquent le monde des communications, et elles entraînent aussi une modification très importante du comportement des consommateurs, notamment pour la planification des voyages et leurs réservations, je dis bien. Alors, parce que de nombreux acteurs démontrent un intérêt grandissant pour le tourisme, les investissements promotionnels sont dispersés. Il est donc nécessaire de regrouper les partenaires pour augmenter la force de frappe de l'industrie touristique québécoise sur les marchés extérieurs.

Alors, j'aimerais, M. le Président, que le ministre nous parle de quelques interventions du ministère concernant la promotion du Québec à l'échelle internationale.

Le Président (M. Sklavounos): Merci, Mme la députée de Laporte. M. le ministre.

M. Bachand: Merci, M. le Président. Je remercie la députée de Laporte parce qu'effectivement, le marketing, quand on regarde, là, globalement les recettes touristiques du Québec, il y a bien sûr les touristes québécois à l'intérieur, mais il y a cette diversification de clientèles. Et, s'il y a eu une baisse du tourisme américain, il y a une hausse des touristes d'autres destinations, des touristes européens, des touristes mexicains. Le tourisme mexicain est en hausse parce qu'on a ouvert cette nouvelle destination. On ouvre actuellement. Donc, dans les efforts de marketing du ministère et quand on regarde nos crédits, encore une fois je reviens peut-être aux remarques préliminaires, parce que, dans les budgets du ministère, il y a le 140 millions, que vous voyez, le 54 millions qui est au ministère, mais les efforts sont beaucoup plus grands que ça, parce que le Fonds de partenariat touristique est aussi alimenté par une partie de la TVQ. Alors, au fond, les sources de revenus et les vraies dépenses sont beaucoup plus que les crédits que vous voyez là. Il y a le 2,5 millions du Conseil exécutif. Il n'était pas là. Mais il y a un 22 millions qui vient de la TVQ et il y a aussi les revenus de partenariat qu'on réussit à avoir, on en a parlé tout à l'heure, avec nos partenaires qui mettent de l'argent: on met 1 \$, ils mettent 1 \$. Mais il y a aussi les ATR qui ont maintenant 40 millions cette année.

Il y a une partie importante du budget des ATR... pardon, M. le Président, une partie importante du budget des ATR est mise dans la promotion touristique. C'est essentiellement de la promotion touristique. Et, du 40 millions, il y a probablement un peu plus de 25 millions

qui est mis dans la promotion touristique hors Québec. Donc, le ministère, lui, met plus d'une vingtaine de millions dans la promotion touristique hors Québec, mais les ATR en mettent aussi. Alors, quand on regarde les efforts du Québec, les efforts, comparés avec d'autres provinces, les efforts du Québec en promotion marketing sont assez importants, et c'est à peu près la moitié aux États-Unis puis la moitié dans le reste du Canada et dans d'autres destinations. Évidemment. Pour les États-Unis, c'est surtout le Nord-Est qui est une destination première. La Nouvelle-Angleterre a 23 % de nos sommes, mais on commence à diversifier aussi, on commence en Californie. Tout à l'heure, je vous parlais de cette campagne dans les avions, mais ce n'est pas juste dans le Nord-Est, avec US Airways, on s'en va maintenant dans le coin de la Californie. Parce que, si on analyse finement le comportement des Américains, le tourisme en voiture a baissé, et c'est l'Ontario qui en le plus souffert, là. Les gens de Détroit qui vont à Niagara, etc., ce tourisme-là a baissé considérablement, mais le nôtre aussi, pour toutes sortes de raisons, y compris parfois des difficultés aux frontières.

Mais, le comportement des Américains, le tourisme en avion n'est pas en décroissance, lui. Ils vont dans des destinations. On s'est dit: On va diversifier, on va aller capter ça.

● (12 h 20) ●

Maintenant, on travaille aussi avec nos ATR. Et donc on fait des campagnes, mais on a aussi diversifié. Donc, je parlais du Mexique, mais on a intensifié nos campagnes aussi en Europe, en Angleterre. On participe parfois avec des partenaires comme Air Transat dans l'ouverture d'une nouvelle ligne aérienne, de nouvelles destinations, mais on travaille aussi beaucoup avec les associations touristiques régionales, pour que ce ne soit pas 20 marketings séparés — et je pense que la députée de Laporte faisait allusion à ça — mais travaillent ensemble, mettent leurs ressources ensemble pour, par exemple, travailler dans le catalogue de CAA, de l'American Automobile Association, du triple A, qui ont un catalogue dont beaucoup, beaucoup de gens se servent. Si vous prenez le catalogue version Nord-Est, parce que ce n'est pas la même version à travers tous les États-Unis, il y a une page de trois de nos régions du Québec, et fondamentalement on annonce le Québec.

Mais il y a aussi d'autres exemples. Par exemple, dans le — ça, c'est au niveau du Canada — *Canadian Geographic Travel* — vous vouliez des exemples concrets — alors, la première page, on parlait du 400e: c'est encore cette image mythique de Québec qui est là, mais à l'intérieur... une série d'articles qui sont faits sur le Québec. Et ça, évidemment ce sont des efforts. Mais, si on regarde d'autres spécialités... Parce que le tourisme de demain, c'est un tourisme de spécialités, hein? On parlait de championnats mondiaux, on parlait de ski, on parlait de motoneige, on peut parler de nourriture, parce qu'une des grandes qualités du Québec aussi... On voit le Festival Montréal en lumière qui a non seulement le volet culturel, mais le volet table. Et, avec les chefs de Chicago qui viennent, avec les chefs de France qui sont déjà venus, là c'est les chefs de Toronto, cette année, qui étaient là, mais ça fait que maintenant, à travers le monde, à travers les États-Unis, on commence à parler du Québec comme une destination touristique culinaire aussi.

Alors, on a, par exemple, dans le *Food & Wine* de mai 2008 — donc, c'est tout chaud des presses — dans le *Food & Wine*, grande revue américaine, de 2008, cette annonce, toujours vous le remarquerez, avec notre signature de marque. Il faut toujours que le... le consommateur américain est bombardé de pubs, alors, à un moment donné, il faut être capable de reconnaître la signature. Voilà pourquoi ça prend une agence créative qui va finalement dire: O.K., voici la nouvelle signature de *Québec Fournisseur d'émotions, Providing emotions*. Et ça, c'est votre électrocardiogramme, au fond. Puis vous arrivez au Québec puis vous avez un battement de coeur additionnel parce qu'au fond le Québec est une belle expérience touristique. Ici, on voit, ça, c'est notre tourisme de villégiature sur le bord d'un lac, etc., mais en même temps c'est dans la revue *Food & Wine*. Il y a des articles qui parlent justement de cette qualité exceptionnelle. Vous retrouvez la même chose dans *Food and Travel*, vous allez trouver une même... Il y en a un qui s'appelle *French Connection*, donc un article qui y est fait.

Dans nos efforts de promotion, il y a la publicité, mais il y a 3 millions pour nos représentants touristiques à l'international, dans les délégations et dans une dizaine d'endroits — un peu plus, Mme la sous-ministre — où on a des représentants un peu à travers le monde. Voici un autre exemple, par exemple, qui est une des revues touristiques les plus en demande, le *Condé Nast Traveler*, qui est une des grandes revues européennes. Ça, c'est la version italienne, et, à la première page, hein, Québec, qui est en première page de cette revue.

Donc, on tente aussi, M. le Président, de diversifier la provenance de touristes parce qu'au fond c'est devenu, comme dans toutes les industries, hein, toutes les industries, qu'on parle... Quel que soit le produit que vous avez, la mondialisation existe, on est en concurrence avec ce qui existe dans le monde et on est en concurrence pour capter l'attention du consommateur mondial, d'où qu'il vienne. On sait que c'est une industrie qui est en croissance parce que le revenu disponible mondial augmente de façon importante. Il faut faire attention aux statistiques. Nos parts de marché baissent un peu, comme le Canada, comme d'autres. Parce qu'évidemment les Asiatiques voyagent beaucoup. Donc, dans la demande importante de tourisme mondial, ils voyagent, ils voyagent chez eux aussi, ils voyagent en Asie. Ils ne viennent pas toujours en Amérique ou en Europe. Mais globalement, à cause de la richesse qui s'accroît dans le monde, à cause du vieillissement de la population et donc de la société de loisir, c'est une des industries les plus en croissance dans le monde, comme je le disais au tout début des remarques de cette commission, mais la concurrence est en croissance aussi, et donc il faut travailler sur les efforts marketing, il faut travailler sur chacune de nos spécificités à nous.

Les Québécois, qu'est-ce qu'on offre? On offre nos grandes villes exceptionnelles, Montréal et Québec, voilà deux expériences urbaines, mais on offre aussi notre Saint-Laurent, on offre aussi nos endroits de villégiature. Et on peut parler en Gaspésie, mais on peut reprendre l'exemple du Mont-Tremblant ou du Massif, mais on offre aussi des expériences très pointues.

Les spas, n'est-ce pas, voilà une association... parce qu'on travaille avec les associations sectorielles aussi, au Québec. On travaille avec l'ensemble des associations touristiques régionales, mais on travaille aussi avec ces

associations qui, eux, à travers toutes les régions du Québec, prennent en charge, par exemple comme les croisières du Saint-Laurent, mais il y en a aussi pour les spas, il y en a pour les pourvoiries. Voilà des segments qui sont en croissance mondiale. On travaille avec elles, ces associations, au niveau d'un marketing international. On essaie aussi que les gens, au Québec, qui offrent des produits similaires ne soient pas en concurrence les uns avec les autres, et ça, on est en train de réussir ça. Je dis souvent mon vieil exemple, dans une ancienne vie, d'un ami qui voulait ouvrir un restaurant, puis il dit: Ah, je vais aller sur telle rue, il n'y a personne, je vais être tout seul. Mais j'ai dit: Non, va-t'en sur la rue Laurier, il y en a sept autres, tu vas être le huitième. Parce que qu'est-ce qu'il fait, le consommateur au fond, hein? Vous allez magasiner dans les centres d'achats, vous allez magasiner au centre-ville. Des fois, vous choisissez un magasin, mais vous voulez avoir d'autres magasins pour aller faire... C'est la même chose pour les restaurants, c'est la même chose pour les destinations touristiques et les spas — je prends ça, cet exemple-là — donc qui font maintenant un marketing conjoint.

Et captions l'Américain du Sud-Ouest des États-Unis qui dit: Tiens, moi, je vais aller passer des vacances au Québec, je veux une expérience urbaine, je veux aller dans un spa. Il choisira celui qu'il veut aller. Mais notre marketing va être plus s'il est uni, s'il combine les forces, et d'ailleurs on peut le faire. D'ailleurs, on a fait des expériences avec l'Ontario aussi dans des destinations lointaines. C'est l'expérience Canada, Nord-Est, Québec-Ontario. On a nos parcs nationaux, on a nos parcs. Il y a le parc Algonquin, en Ontario, et il y en a d'autres, le client choisira. Mais, si on unit nos forces dans certains marketings, on va pouvoir finalement mieux réussir à long terme.

Alors, voilà un peu brièvement une partie des efforts que nous faisons collectivement, tous ensemble, pour mieux prendre notre part dans les marchés internationaux et créer de la richesse.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, merci, M. le ministre. Il reste 3 min 15 sec à Mme la députée de Laporte.

Mme Ménard: Est-ce que mon collègue avait...

Le Président (M. Sklavounos): Je pense que votre collègue a indiqué qu'il avait...

Mme Ménard: Je pense que mon collègue avait une question.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, je vais reconnaître M. le député de Mont-Royal.

Nouvelles tendances du tourisme

M. Arcand: Merci, M. le Président. Puisqu'on est près de la fin, je regardais...

Tout à l'heure, on a eu l'occasion, M. le Président, de parler des différents projets. Entre autres, il y en a un qui a attiré un peu mon attention, évidemment c'est un projet dans Chaudière-Appalaches, là, le Spa Villégiature. Et je lis un peu certains documents là-dessus où on dit qu'on a contribué à améliorer ou enrichir l'offre du produit spa,

soins de santé au Québec. Et, moi, je vous parle de ça parce que c'est un projet qui a été rempli de succès. Et ma question par rapport à ça, c'est: J'aimerais savoir à peu près comment les gens... parce qu'on est en présence quand même des gens du milieu touristique, des gens ministère du Tourisme qui sont en relation finalement avec des gens de tous les milieux touristiques à peu près. Je vois que le ministère fait des efforts considérables pour être au fait de ce qui se passe.

Est-ce qu'il y a des grandes tendances mondiales? Je sais que vous avez parlé, M. le ministre, tout à l'heure, des croisières, là, qui étaient une des tendances qu'il peut y avoir. Mais, moi, ce que j'aimerais peut-être savoir en terminant: Est-ce que, par exemple, les spas, c'est toujours aussi populaire? Je ne sais pas. À un moment donné, on disait que le ski alpin avait légèrement baissé, que les gens préféraient faire du ski de fond dans les destinations touristiques. Est-ce qu'il y a des tendances que vous observez de façon générale qui méritent, là, qu'on termine là-dessus et puis qu'on voit vraiment? Est-ce que l'avenir est porteur de quelque chose de différent de ce qui se fait actuellement?

Le Président (M. Sklavounos): Un peu plus que une minute, M. le ministre.

● (12 h 30) ●

M. Bachand: Un peu plus que une minute. L'avenir est dans la spécialisation. L'avenir, c'est qu'au fond il y a un milliard de personnes sur la planète qui vont faire du tourisme, des centaines de millions de Canadiens, d'Américains. Chacun recherche son plaisir, sa destination, son dépaysement, et le vôtre, M. le Président, ce ne sera pas nécessairement le même que moi, que celui des députés qui sont ici, et donc il faut capter ces créneaux, ces créneaux en croissance, et c'est ce qu'on fait.

Vous parliez d'Appalaches Lodge: effectivement, entre Montmagny et la frontière américaine, projet de 2 millions, on a mis 200 000 \$, mais ça, avec Air Transat qui en fait la promotion. C'est les Européens qui viennent, puis là ils viennent, ils sont dans la nature et ils s'en vont en véhicule tout-terrain, de façon sécuritaire, puis là ils veulent voir des ours, puis ils veulent voir des orignaux, puis ils font de la raquette l'hiver. Et puis pour eux c'est le dépaysement total. Pour quelqu'un d'autre, le dépaysement, c'est d'aller au centre-ville. Et puis chacun trouve son plaisir. Alors, il faut capter ces créneaux en croissance. On parle des croisières, on parle du tourisme nature. Au fond, le tourisme nature santé, c'est un créneau en croissance dans le monde.

Le Président (M. Sklavounos): En conclusion, M. le ministre.

M. Bachand: L'écotourisme est un grand segment en croissance; le tourisme autochtone, le député de Labelle y faisait brièvement allusion. Le vélo, le vélo, quelle grande réalisation que cette route verte que nous avons faite au Québec, tous partis confondus, qui a commencé auparavant mais que nous avons poursuivie, qu'on est en train de compléter — et saluée d'ailleurs comme une des grandes routes de vélo dans le monde!

Alors, l'avenir est dans la spécialisation. Il faut travailler ensemble, il faut donner une expérience diversifiée, faire des maillages entre des fois le tourisme

de ville et le tourisme de campagne. Puis, quand vous venez à Montréal ou à Québec, dans un congrès mais si vous pouvez avoir un aperçu: Ah, bien, mon Dieu, il y a des lacs ici, une nature fabuleuse, oui, la prochaine fois je vais aller en Gaspésie...

Je termine, M. le Président, en parlant justement, à Percé, de cette auberge à Percé. Bien, savez-vous qu'ils font de la plongée sous-marine à Percé? Ils font de la plongée sous-marine le 15 janvier. Il y a de la plongée sous-marine avec des spécialistes mondiaux qui disent: Mon Dieu, je ne suis pas obligé d'aller dans les Antilles, je peux aller au Québec. Puis, à un moment donné, la journée où ils ne pourront pas faire de la plongée, bien ils font de la raquette parce qu'ils les équipent, ils voient la neige, puis ils vont aux sous-marins, puis ils captent les homards qui sont dans des grands viviers qui ont été aménagés pour qu'ils puissent découvrir ça.

Il faut développer nos talents, mais le premier talent, c'est celui des hommes et des femmes dans ce pays qui finalement oeuvrent dans le milieu touristique et qui ont cette passion du tourisme.

Adoption des crédits

Le Président (M. Sklavounos): Alors, merci, M. le ministre. Sur ce, le temps alloué à l'étude des crédits du ministre du Tourisme étant presque écoulé, nous allons mettre aux voix le programme 1.

Donc, le programme 1, intitulé Tourisme, est-il adopté?

Des voix: Adopté.

M. Pagé: Sur division.

Le Président (M. Sklavounos): Adopté sur division.

L'ensemble des crédits relevant du ministre du Tourisme pour l'année financière 2008-2009 sont-ils adoptés?

Des voix: Adopté.

M. Pagé: Bien, sur division, mais je voudrais juste savoir: Est-ce que l'Action démocratique vote pour?

Le Président (M. Sklavounos): J'ai entendu un «adopté» de la part de l'opposition officielle.

Une voix: Nous autres, on vote.

Le Président (M. Sklavounos): Alors, sur division.

Une voix: Nous, on vote, M. le Président.

Documents déposés

Le Président (M. Sklavounos): Alors, en terminant, je dépose l'ensemble des réponses aux demandes des renseignements particuliers et généraux des députés concernant les crédits relevant du ministre du Tourisme.

J'aimerais remercier tous les parlementaires, le ministre et ses collaborateurs pour leur grande collaboration et pour l'ordre de nos travaux. J'aimerais souhaiter à tout le monde une bonne fin de semaine et également, aux

membres de la communauté orthodoxe chrétienne qui nous écoutent, des joyeuses Pâques. Il s'agit de la pâque orthodoxe cette fin de semaine.

Et, la commission ayant accompli son mandat, j'ajourne les travaux sine die.

(Fin de la séance à 12 h 33)