



Assemblée nationale  
Québec

# journal des Débats

COMMISSIONS PARLEMENTAIRES

Quatrième session - 32e Législature

Commission permanente de l'industrie,  
du commerce et du tourisme

Question avec débat: La situation de  
l'industrie touristique au Québec

Le vendredi 20 mai 1983 - No 62

Président: M. Richard Guay

Débats de l'Assemblée nationale

Table des matières

Exposé du sujet M. Cosmo Maciocia	B-3457
Réponse du ministre M. Rodrigue Biron	B-3459
Argumentation	B-3461
Conclusion M. Cosmo Maciocia	B-3477
M. Rodrigue Biron	B-3478

Autres intervenants

M. Raymond Brouillet, président  
M. Roland Dussault  
M. Réjean Doyon  
M. Clifford Lincoln

Abonnement: 30 \$ par année pour les débats de la Chambre  
30 \$ par année pour les débats des commissions parlementaires

Chèque rédigé à l'ordre du ministre des Finances et adressé à  
Éditeur officiel du Québec  
Diffusion commerciale des publications gouvernementales  
1283, boulevard Charest-Ouest  
Québec G1N 2C9  
Tél. (418) 643-5150

0,75 \$ l'exemplaire - Index 5 \$ en vente au  
Service des documents parlementaires  
Assemblée nationale  
Édifice H - 4e étage  
Québec G1A 1A7

Courrier de deuxième classe - Enregistrement no 1762

Dépôt légal  
Bibliothèque nationale du Québec  
ISSN 0823-0102

Le vendredi 20 mai 1983

Question avec débat: La situation de l'industrie touristique au Québec

(Neuf heures neuf minutes)

**Le Président (M. Brouillet):** À l'ordre, mesdames et messieurs!

La commission permanente de l'industrie, du commerce et du tourisme se réunit aujourd'hui pour discuter la question avec débat du député de Viger au ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme sur le sujet suivant: La situation de l'industrie touristique au Québec.

M. le député de Viger qui a donné avis de la question, aura dix à quinze minutes, au départ, pour faire son exposé. M. le ministre aura le même temps pour donner la réplique et nous procéderons à une période d'échanges. Je rappelle que chacun des autres députés a, au maximum, 20 minutes d'intervention. Tel qu'entendu, le tout se terminera, ce matin, à 11 h 10. Nous réserverons les 20 dernières minutes pour un exposé de dix minutes du député de Viger et dix minutes pour le ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme.

Je donne la parole au député de Viger.

**Exposé du sujet**

**M. Cosmo Maciocia**

**M. Maciocia:** Merci, M. le Président. Le tourisme est l'industrie où l'on s'emploie à attirer les visiteurs et à combler leurs besoins et leurs désirs. En tant qu'industrie, le tourisme connaît sans doute les problèmes courants du secteur industriel: l'offre et la demande, l'inflation, la main-d'oeuvre, les immobilisations, les profits et les pertes. L'apport du tourisme aux objectifs économiques est impressionnant puisque les recettes totales des principaux groupes et des moyens d'hébergement au Québec se chiffraient, en 1980, à environ 850 000 000 \$, soit 19% des recettes des moyens d'hébergement au Canada.

Au Canada, l'industrie touristique occupe une place de premier ordre. À titre d'exemple, les dépenses touristiques ont dépassé 16 500 000 000 \$ au Canada en 1981, dont presque 3 700 000 000 \$ ont été dépensés par des visiteurs étrangers, ce qui classe le tourisme au septième rang des plus importantes sources de devises étrangères pour le Canada. Le taux de croissance réel du secteur du tourisme a atteint presque 5% par année au cours des années soixante-dix, comparativement à 3,6% pour l'économie en

général. On estime que l'industrie touristique canadienne, constituée de quelque 7000 petites entreprises qui appartiennent à des Canadiens, représente actuellement 5% du produit national brut du Canada et 9% des dépenses personnelles totales de biens et services.

On estime que le tourisme a fourni directement ou indirectement de l'emploi à plus de 1 100 000 Canadiens en 1980. En outre, le tourisme international et intérieur est important pour le Canada puisque les Canadiens ont dépensé au-delà de 12 000 000 000 \$ au Canada et presque 5 000 000 000 \$ à l'étranger en 1981.

Au Québec, au cours des dernières années, le tourisme a été malheureusement le parent pauvre des efforts consacrés au développement économique. Près de 100 000 Québécois vivent plus ou moins directement de cette industrie. Leur travail contribue à l'économie en général par des revenus de plus de 2 000 000 000 \$ en 1980, soit environ 2% du produit intérieur brut.

Le tourisme stimule la croissance économique puisqu'il constitue un transfert de monnaie de la poche des gens vers l'économie, ce qui a nécessairement un impact positif sur le produit national brut.

De plus, M. le Président, le tourisme crée des emplois puisqu'il représente une grande partie des industries et des services surtout qu'en Amérique du Nord, au Canada et au Québec, nous assistons à un déplacement de l'économie dominée par la production des biens vers une économie dominée par les services. Le tourisme suscite des investissements publics et privés. Chaque année, des capitaux privés et publics sont requis pour assurer le développement et les installations qui répondent aux besoins directement créés par les voyageurs et ce dans toutes les régions du Québec.

Le tourisme a aussi un rôle de distributeur des revenus. Il a été démontré, à maintes reprises, que le tourisme pouvait contribuer, de manière significative, au développement économique des régions moins développées. Ce phénomène est important au Québec, surtout dans les régions comme la Gaspésie et le Bas-Saint-Laurent. Le tourisme permet à ces régions moins développées de prendre leur place dans la croissance régionale, provinciale et nationale. C'est ainsi que le tourisme peut apporter des revenus substantiels à ces régions, créant une demande et suscitant des investissements.

Le tourisme est sans doute aussi un catalyseur pour la prévention de l'environnement. Il est partie intégrante de la société moderne. Le Québec doit être doté de toutes les qualités nécessaires pour disposer d'une industrie du tourisme profitable basée sur une stratégie et une planification touristique à moyen et long terme.

Il faut enfin stimuler la croissance ordonnée du tourisme et développer les outils nécessaires afin de maximiser la contribution de ce secteur à l'économie québécoise et de faire face aux changements rapides et à la concurrence très vive qui se livre entre les provinces et à l'étranger.  
(9 h 15)

M. le Président, sans doute le ministre, tantôt, comme il l'a fait à maintes reprises, nous affirmera que même si la situation n'est pas la meilleure actuellement, le tourisme pour lui et son gouvernement a toujours été une priorité. Il ajoutera sûrement, comme il l'a toujours fait pour les questions qu'on lui a posées, qu'il a posé des actions, pris des mesures concrètes et identifié des clientèles cibles. La question que nous nous posons, pour la majorité des intervenants, c'est quels sont les résultats complets de l'application de toutes ces mesures. Car, pour nous, disons pour moi en tant que responsable de mon parti du dossier du tourisme et, comme je le disais, pour les intervenants en général de cette industrie, ces mesures ou ces résultats nous apparaissent invisibles actuellement. Alors même que dans le document *Le virage technologique*, il est mentionné: les efforts consentis au cours des dernières années ne sont pas suffisants et il faut faire davantage pour corriger la situation présente. L'action doit être concertée et portée sur plusieurs fronts à la fois.

Comment peut-on expliquer les impacts des politiques gouvernementales dans l'industrie touristique quand on voit que, depuis quelques années, le gouvernement s'acharne avec des taxes qui détruisent justement l'industrie touristique. Prenons, par exemple, la taxe sur l'essence qui a été imposée en novembre 1981 par le ministre des Finances, l'augmentation du péage sur les autoroutes de 0,25 \$ à 0,50 \$, la taxe de 5% sur les boissons alcooliques. Deuxièmement, il faut se poser la question: qui est le leader à l'intérieur de ce domaine, à l'intérieur de cette industrie qui est tellement vitale pour la province de Québec et pour tous les pays en général, quand on voit combien d'intervenants à l'intérieur de différents ministères s'occupent du secteur touristique? Si on prend le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche qui administre les camps de pêche et les embarcations de plaisance, les associations touristiques qui font le développement

régional, les ATR, les associations d'hôteliers et de restaurateurs qui administrent leur propre secteur et font leur propre publicité sans que le gouvernement essaie au moins d'avoir une concertation. Tous disent souvent qu'il faut avoir une concertation, mais il faut arriver non seulement à le dire mais à avoir des actes concrets vis-à-vis de cette concertation.

La Société de développement industriel s'occupe aussi du secteur touristique. Bientôt, cela va être le ministère du Commerce extérieur ou le ministère des Affaires intergouvernementales, si l'on considère le rôle des maisons du Québec à l'étranger. Encore, même le ministère de l'Habitation et de la Protection du consommateur s'occupe des agences de voyages: Disons que c'est éparpillé un peu partout, cette industrie que tout le monde, tous les pays considèrent comme l'industrie la plus rentable à l'intérieur d'un pays. Actuellement, vraiment, on n'a pas de plan directeur du tourisme pour l'ensemble du Québec. Est-ce que le ministre pourrait nous dire pourquoi on n'a pas un plan directeur pour l'ensemble du Québec? La preuve qu'on n'a pas de plan directeur, c'est que dans le dernier discours sur le budget du ministre des Finances, il nous a annoncé 5 000 000 \$ additionnels afin d'augmenter la promotion touristique. Ce montant a été avancé avant même qu'on ait la ventilation de cette somme. On ne connaît même pas la ventilation de cette somme.

Selon des informations qu'on a obtenues à l'intérieur du ministère - cela fait quinze jours de cela approximativement - aucune somme n'était prévue concernant les marchés cibles européens, le Japon, l'Amérique latine. Soudainement, on débloque 5 000 000 \$. Il faut se poser des questions à savoir vraiment de quelle façon le gouvernement a à coeur, comme je le disais tantôt, cette industrie qui probablement est la plus importante, après quelques autres, à l'intérieur de la province. Nous pouvons voir dans ces gestes un manque de planification à long terme de la part du gouvernement. Ce qui fait la réussite des campagnes de promotion, c'est bien lorsque nous retrouvons une certaine constante. Ici, on coupe, on débloque et ainsi de suite. Ceci illustre très bien le manque d'action et l'absence, comme je le disais tantôt, de plan directeur. Il faut s'interroger et je voudrais que le ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme nous réponde tantôt: qui est le leader dans le domaine touristique? Est-ce le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme? Est-ce le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche? Est-ce la SDI? Est-ce que ce sont les ATR? C'est qui? Il faudrait, à un moment donné, que le ministre nous dise vraiment qui est le leader dans ce domaine.

M. le Président, je m'arrêterai là; je

voudrais que le ministre fasse son exposé et on aura une série de questions à lui poser après. Merci, M. le Président.

**Le Président (M. Brouillet):** Merci, M. le député de Viger. J'inviterais maintenant M. le ministre à nous exposer son point de vue.

### Réponse du ministre

#### M. Rodrigue Biron

**M. Biron:** M. le Président, d'abord, je remercie le député de Viger d'avoir inscrit à l'ordre du jour, ce matin, la question du tourisme. C'est une question qui nous préoccupe grandement et pour laquelle l'actuel gouvernement du Québec a dépensé beaucoup d'énergies. Je rappelle au député de Viger que jamais autrefois sous les autres gouvernements, il n'y avait eu une action aussi concertée dans le domaine touristique. On a publié, dans les volumes "Bâtir le Québec" et "Le Virage technologique", des orientations bien précises vis-à-vis du développement touristique au Québec. Nous avons organisé un sommet sur le tourisme au Québec et à partir de ce sommet, à partir des suggestions qui nous ont été faites par les intervenants du milieu, nous avons établi la Loi sur l'aide au développement touristique pour aider, par des sommes d'argent, des subventions, des prêts ou des garanties de prêt, les établissements privés à se développer et à donner un meilleur produit. Nous avons, à la suite du sommet sur le tourisme, organisé avec les intervenants du milieu, des associations touristiques régionales qui sont des organismes voués au développement touristique à partir d'un produit développé dans chacune des régions du Québec. Nous ne croyons pas, M. le député de Viger, qu'il faut avoir une camisole de force et forcer toutes les régions du Québec à avoir la même stratégie de développement touristique et avoir le même produit touristique. Au contraire. Au Québec, il y a des régions bien spécifiques qui veulent développer leur personnalité propre et elles ont raison, particulièrement au niveau du tourisme. Le tourisme dans Charlevoix n'est pas le même que le tourisme en Gaspésie. Il n'est pas le même que le tourisme dans les Laurentides-Lanaudière. Il n'est pas le même que le tourisme en Estrie, à Montréal, à Québec ou dans le Nord-Ouest québécois. Dans ce sens, il faut absolument permettre à chacun des intervenants du milieu de développer son propre produit, d'attirer sa propre clientèle en l'aidant pour nous, en stimulant même par tous les moyens possibles les gens du milieu à faire grandir les qualités qu'ils ont comme développeurs de l'économie touristique.

Le gouvernement du Québec, l'an

dernier, avait eu des budgets supplémentaires de 3 000 000 \$ pour la publicité. Il est vrai que, cette année, nous avons des budgets supplémentaires de 5 000 000 \$ pour faire la promotion touristique, parce qu'on juge que c'est important. Je voudrais vous montrer, M. le député de Viger, un ou deux tableaux qui vont vous faire voir pourquoi on a agi dans ce sens et qu'est-ce que cela rapporte au Québec de faire de la promotion et de la publicité touristiques.

J'ai ici, M. le député de Viger un tableau qui parle des changements dans les principaux indicateurs touristiques et ce sont des statistiques qui nous viennent de Statistique Canada. Comparez le Québec, l'Ontario et le Canada. Pour les Américains: entrées en automobile pour un séjour de plus de 24 heures. Vous savez comme moi que, si vous venez pour moins de 24 heures, vous n'êtes pas considéré comme un touriste d'agrément. Pour plus de 24 heures, vous êtes considéré comme tel et cela, en considérant les portes d'entrée. C'est sûr que le touriste qui vient de Détroit ou de Chicago ne fera habituellement pas le détour par les États-Unis et entrer par Lacolle ou par le Québec. Il va habituellement entrer par Niagara ou Windsor. Il va traverser l'Ontario pour venir au Québec. Là-dessus, il est compté en Ontario: Malgré cela, le Québec a eu une augmentation entre 1981 et 1982, à partir de 1981-1982, de 2,3% des gens qui sont entrés en automobile, alors que pendant la même période de temps, l'Ontario a subi une diminution de 4%. Cela veut dire qu'il y a plus d'Américains qui sont venus en automobile directement, à partir des États-Unis, en Ontario ou au Québec. Il y en a plus qui sont entrés au Québec, alors que le Canada avait une diminution de 3,5%. C'est la même chose pour les voyageurs en provenance d'outre-mer. Le Québec a une légère diminution de 0,1%, pendant ce temps, l'Ontario avait une diminution de 11,4% et le Canada une diminution de 7,9%.

Vous voyez tout de suite que la publicité qui a été faite l'an dernier par le gouvernement du Québec, de concert avec les associations touristiques régionales, avec les hôteliers, avec les restaurateurs, avec les offices de tourisme, avec tous les promoteurs de tourisme au Québec, a rapporté des dividendes et des fruits puisqu'il y a eu une augmentation au Québec relativement importante si on compare à la diminution très importante en Ontario.

J'ai aussi, pour votre bonne compréhension du sujet, M. le député de Viger - je sais que vous vous y connaissez puisque vous avez oeuvré dans ce secteur pendant un bon bout de temps - un autre tableau qui vous donne l'impact de Prenez le tour du Québec, de cette publicité que nous faisons au Québec pour encourager les Québécois et les Québécoises à demeurer au

Québec, à prendre leurs vacances au Québec. Ici, nous avons la diminution dans le nombre de personnes revenues des États-Unis en automobile, après un séjour de plus de 24 heures. Au Québec, on a un gain cette année de 10,6% de plus de Québécois qui sont demeurés au Québec. L'Ontario, pendant ce temps, n'a gagné que 1,1%. Vous me direz: C'est la crise économique, c'est vrai. On l'aurait eu aussi pour le Québec, l'Ontario et le Canada tout entier. Le Canada n'a gagné que 3,8%. Si on applique le gain du Canada un peu partout dans les dix provinces canadiennes, on aurait dû gagner 3,8%. Si on a gagné plus, la différence entre la moyenne canadienne et ce qui est arrivé au Québec, c'est à cause essentiellement de l'action du gouvernement du Québec et ses campagnes de promotion et de publicité pour prendre le tour du Québec, à tel point qu'on a eu des programmes de publicité coop, avec de grandes firmes; Gulf Canada - ce n'est pas une petite firme - a pourtant décidé de mettre beaucoup d'argent à faire une campagne de publicité pour Prenez le tour du Québec. On s'aperçoit tout de suite que l'action du gouvernement du Québec a rapporté des dividendes puisqu'il y a des Québécois et des Québécoises qui en ont profité énormément.

Finalement, M. le député, j'ai ici un autre tableau, aussi pour votre bonne compréhension là-dessus, qui est indicateur du changement entre 1977 et 1981 dans le nombre total de visites par province. C'est-à-dire - vous le savez vous-même, c'est ce que j'ai mentionné tout à l'heure - que lorsqu'un Américain arrive de Détroit, il rentre par Windsor, il visite l'Ontario et vient visiter le Québec. C'est la même chose pour un Américain qui rentre par le Québec, c'est fort possible qu'il aille aussi visiter les chutes Niagara. C'est la même chose pour un Européen qui vient à Montréal, c'est fort possible qu'il aille aussi visiter l'Ontario, les chutes Niagara ou ailleurs. On a voulu comparer le Québec et l'Ontario là-dessus. Alors, le nombre de visites par province, si un Américain vient en Ontario et au Québec, il est calculé pour un en Ontario et un au Québec. S'il ne vient qu'en Ontario, c'est un en Ontario. C'est la même chose pour un Européen qui vient ici. Nous, entre 1977 et 1981, alors que la loi 101 a commencé à s'appliquer, juste pour vous dire comment les questions de langue rapportent dans le fond parce que notre publicité tourne autour d'un Québec différent des autres, d'un Québec français, on fait de la publicité là-dessus, on ne se gêne... Québec "skiing" à la française. Vive la différenciel Cela attire beaucoup de gens. Nous avons une augmentation entre 1977 et 1981, de 9%, donc une augmentation très importante. Pendant ce temps, l'Ontario a une diminution de 6% entre les visites par province en comptant un Américain qui visite

le Québec ou l'Ontario ou les deux. Pendant ce temps, les visiteurs d'outre-mer ayant séjourné plus de 24 heures au Québec et plus de 24 heures en Ontario, ont augmenté de 55% au Québec et ils ont augmenté de 38% en Ontario. Vous avez tout de suite l'impact de la campagne de publicité du gouvernement du Québec et de l'action du gouvernement du Québec dans le domaine de la promotion du développement touristique, un impact très important sur l'apport et l'attrait qu'on peut avoir pour des gens de l'extérieur.  
(9 h 30)

Je demande à mon collègue de tenir ce tableau et je vous montrerai pour que vous compreniez. Pendant que le député de Châteauguay, mon adjoint parlementaire, tient le tableau, je vais vous montrer un autre tableau que vous allez pouvoir comparer et voir à quel point c'est important, dans le fond. Ici, il y a les changements survenus, entre 1977 et 1981, dans le nombre total de nuitées passées au Québec et en Ontario. Une nuitée, vous savez ce que c'est, ce n'est pas un visiteur qui arrive le matin et repart le soir, c'est quelqu'un qui passe la nuit. Pour les visiteurs américains, les nuitées ont augmenté de 15% au Québec. Les nuitées des visiteurs américains, aux États-Unis, ont diminué de 12%.

Si vous voulez comparer avec l'autre tableau, vous voyez qu'il y a une augmentation de 9% de visites, et pourtant, il y a une augmentation de 15% de nuitées. Cela veut dire que les Américains venus au Québec y passer plus de 24 heures y sont restés plus longtemps qu'ils restaient autrefois. Ils ont tellement aimé le Québec et son attitude française, son fait français, qu'ils ont décidé de demeurer plus longtemps, de doubler ou à peu près leur séjour. Pendant ce temps, en Ontario, alors qu'on aurait dû voir une diminution de 6%, il y a eu une diminution de 12%. Les Américains vont en Ontario et ils n'aiment pas cela; ils viennent au Québec et ils aiment cela, ils restent plus longtemps. C'est ce que démontrent ces statistiques, et vous devriez le comprendre, vous de l'Opposition, et dire: Bravo pour la loi 101, bravo pour le fait français, c'est payant pour le Québec, ça fait travailler des gens, ça assure l'économie de quelque chose. Vous devriez le faire et le comprendre.

Vous allez me dire: Ce n'est pas assez, les Américains aiment se faire parler en français parce que c'est moins fréquent pour eux, mais regardons du côté des Européens, si vous le voulez. En ce qui concerne les voyages outre-mer, le nombre de nuitées a augmenté de 75%. Pendant ce temps, cela a augmenté en Ontario de 19%. Si vous regardez l'augmentation ici, c'est le même phénomène, augmentation de 55% de visiteurs pour une augmentation de 75% de nuitées.

Donc, les Européens ont tellement aimé le Québec qu'ils ont allongé leur temps de séjour au Québec. Pendant ce temps, en Ontario, augmentation de 38% et seulement de 19% pour les nuitées. Les Européens n'ont pas aimé l'atmosphère de l'Ontario qui critique le Québec, et ils sont restés moins longtemps.

M. le député, je sais que vous connaissez ces statistiques, je sais que ça vous impressionne et je sais que vous êtes assez intelligent pour changer d'avis et dire à votre parti: Appuyez donc les actions du gouvernement du Québec dans ce sens. Cessez de dire que ce n'est pas bon au Québec, c'est excellent au Québec, ça s'améliore. Il y a des choses à améliorer, j'en conviens, bien sûr, mais, au moins, il y a beaucoup de choses extraordinaires au Québec.

Vous me dites qu'il y a des taxes au Québec. Bien sûr, il y a des taxes comme n'importe où dans le monde. Pourquoi n'avez-vous pas été honnête tout à l'heure et n'avez-vous pas dit que le Québec était la seule province où il n'y avait pas de taxes sur le prix des chambres d'hôtel? Pourquoi n'avez-vous pas dit que, dans tous les États de la Nouvelle-Angleterre, il y a des taxes sur le prix des chambres d'hôtel et qu'au Québec il n'y en a pas? Je peux croire que vous me disiez que certaines taxes sont plus élevées au Québec, je suis d'accord avec vous, mais soyez assez honnête pour dire que d'autres taxes sont moins élevées au Québec. Les taxes municipales et scolaires sont moins élevées au Québec, la moitié moins pour les commerces et les industries que celles de l'Ontario. C'est la Chambre de commerce du Québec qui l'a dit.

Il me semble que vous devriez dire: C'est vrai qu'il y a des taxes plus élevées; par contre, il y a des taxes moins élevées. Pourquoi ne dites-vous pas que les gens qui viennent au Québec, maintenant, qui veulent demeurer au Québec ont un stimulant fiscal bien important? Ce sont des choses qu'il faut absolument dire. Je ne veux pas vous faire de leçon, mais je vous demande seulement d'être honnête non pas envers votre parti ou envers le Parti québécois, mais d'être honnête envers la population du Québec. Les travailleurs et les travailleuses n'ont pas besoin de fossoyeur de l'économie, ce qu'ils veulent, ce sont des gens qui développent l'économie, qui ont confiance dans la capacité des Québécois et des Québécoises de faire des choses et de réussir. Je vous invite à faire cela, je vous invite à dire ce qu'il y a de bon au Québec, il y a beaucoup de bonnes choses.

Je termine sur quelques points et je reviendrai aux questions du député de Viger parce qu'on s'est dit qu'on allait limiter nos interventions pour pouvoir terminer à 12 h 10. Notre action vis-à-vis du développement

touristique, c'est faire confiance aux gens du secteur privé, c'est faire confiance aux gens des régions, dire aux gens des ATR et des offices de congrès: Développez-vous, nous, on va vous aider. Enfin, on leur donne, cette année, 1 800 000 \$ de transfert de subventions, et eux vont chercher, dans le milieu, beaucoup plus que cela. Possiblement qu'ils vont chercher, dans le milieu, autour de 2 500 000 \$ ou 3 000 000 \$. Ce sont seulement des dépenses de fonctionnement pour de la publicité coop avec nous. Cela, c'est ce qu'on leur donne en subventions en plus de toute la publicité coop qu'on fait avec eux. Donc, on les aide de ce côté-là.

On dit: On va vous aider à identifier votre produit, votre clientèle; on fera le maximum pour attirer ces gens-là et les garder. Deuxièmement, on va développer notre accueil et nos services. On a le Crédit touristique. On a plusieurs actions dans ce sens-là. Troisièmement, c'est d'avoir une stratégie de marketing qui se tienne un peu, c'est-à-dire avoir confiance en la capacité des Québécois et des Québécoises de faire des choses. On a des problèmes avec l'Opposition, mais, un beau jour, j'espère qu'elle va comprendre et qu'elle va avoir confiance en la capacité des Québécois de faire des choses et d'établir une stratégie de marketing qui se tienne, comme on essaie de faire, en tout cas, le mieux possible, et d'investir de l'argent dans cette publicité.

Cette année, notre publicité, c'est 11 000 000 \$. On n'a jamais eu cela dans le passé. Je pense que les libéraux dépensaient 1 500 000 \$ à 2 000 000 \$. On va faire plus cette année qu'ils ont fait en six ans pour la publicité, pour le développement touristique. C'est une action précise. C'est une action qui est grande, qui est importante. Je pense qu'il faudrait savoir le reconnaître de l'autre côté: jamais un gouvernement du Québec s'est autant occupé de développement touristique que le gouvernement du Parti québécois. Vous devriez être assez honnête et le reconnaître, M. le député de Viger.

**Le Président (M. Brouillet):** Merci, M. le ministre. Je crois bien que le député de Viger aimerait immédiatement reprendre la parole.

### Argumentation

**M. Maciocia:** Seulement pour dire au ministre que, quand il nous parle de l'impact touristique, de la promotion touristique faite par le gouvernement du Québec, à l'intérieur des... Je ne voudrais pas toucher maintenant l'Europe, mais disons les États-Unis. Est-ce que le ministre peut nous dire - d'après ses chiffres et son exposé de tout à l'heure avec des tableaux dont on connaît très bien de quelle façon le gouvernement voit les choses

- quel a été l'impact de "Vacation in Quebec with "la différence"? Je crois qu'apparemment cette année, ce même slogan sera utilisé par le gouvernement. J'aimerais savoir à ce moment-ci s'il y a vraiment eu un impact, s'il y a vraiment eu une étude d'impact sur cette campagne, mais qui ne revient pas encore avec l'augmentation de 2% de touristes américains qui sont arrivés ici en automobile. On va encore se battre, comme on l'a fait hier, parce qu'il a dit des faussetés à l'Assemblée nationale, je peux revenir avec des chiffres: C'est la seule province qui a eu une augmentation.

Il faut voir aussi le nombre de touristes qui sont venus au Québec et le nombre de touristes qui sont allés en Ontario, en tenant compte précisément que les gens qui restent moins de 24 heures ne sont pas considérés comme des touristes. C'est vrai, je suis d'accord avec le ministre qu'il y a des gens qui restent moins de 24 heures et qu'on ne peut pas considérer comme des touristes. Mais si les statistiques sont celles qu'on connaît et sur lesquelles le ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme se base, on note quand même qu'en 1982, 1 815 000 touristes sont venus au Québec et que 7 544 000 touristes sont allés en Ontario. Je ne peux pas accepter qu'aujourd'hui le ministre nous dise et essaie de faire croire aux gens du Québec, à la population du Québec, qu'ici on est mieux servi qu'en Ontario. Ils sont là pour faire la démonstration qu'à un certain moment, la promotion touristique faite par le Québec a rapporté beaucoup plus que celle qui a été faite par l'Ontario. Voyons, M. le Président! Tout le monde connaît la conjoncture économique actuelle. Si seulement 1 800 000 personnes viennent au Québec, c'est logique qu'il y aura une diminution par rapport à ce chiffre. C'est logique que ce même chiffre, il faut l'appliquer sur les 8 000 000 de touristes qui vont en Ontario. C'est vraiment prendre les gens pour des imbéciles ou des gens qui ne connaissent même pas ce domaine.

Je voudrais que le ministre nous dise exactement si son ministère a fait une étude sur l'impact de cette campagne, "Vacation in Quebec with "la différence". S'il l'a faite, j'aimerais en connaître les résultats. Deuxièmement, je ne peux pas m'expliquer ce que le ministre a dit tantôt, à savoir qu'il y a eu une augmentation, quand on sait qu'au total, l'année dernière, on a même eu une diminution de la clientèle américaine, qui est passée de 3 000 000 à 2 700 000. Si vraiment "Vacation in Quebec" a eu l'impact que le ministre veut nous faire croire, qu'il dise le résultat de cette étude et, selon sa réponse, on aura d'autres questions à lui poser ensuite.

**Le Président (M. Brouillet):** M. le député de Chateauguay.

**M. Dussault:** Merci, M. le Président, et député de Chauveau. J'écoutais les derniers propos du député de Viger et j'ai reconnu là les habitudes, les tactiques habituelles de nos amis d'en face: sortir des chiffres absolus, faire des comparables avec des incomparables. M. le député de Viger devrait savoir...

**M. Maciocia:** Question de règlement.

**Le Président (M. Brouillet):** Une minute, s'il vous plaît! Écoutez, vous aurez tout le loisir...

**M. Maciocia:** Ma question était adressée au ministre, il ne connaît pas la réponse?

**M. Dussault:** L'adjoint parlementaire a la permission du ministre de répondre à la question.

**Le Président (M. Brouillet):** Écoutez, je vais seulement...

**M. Dussault:** C'est tout à fait dans l'ordre des choses. Je suggère au député de Viger de lire la nouvelle loi sur l'Assemblée nationale. Il verra qu'un adjoint parlementaire a le droit de répondre à la place du ministre.

**M. Doyon:** Lire les tableaux seulement.

**Le Président (M. Brouillet):** Écoutez, je pense que...

**M. Dussault:** C'est une équipe. On travaille ensemble. C'est pour cela qu'on a des résultats et on les a vus tout à l'heure.

**Le Président (M. Brouillet):** Très bien. Je crois que c'est la liberté du ministre de pouvoir permettre à quelqu'un d'autre de répondre, dans le cadre d'une commission parlementaire, à une question qui est posée...

**Une voix:** Quand il ne sait pas la réponse.

**Le Président (M. Brouillet):** ...à l'équipe. M. le député de Chateauguay.

**M. Dussault:** Le député zigzag de la région de Québec est en train de faire voir que l'adjoint parlementaire a des réponses autant que le ministre.

**M. Doyon:** M. le Président...

**Le Président (M. Brouillet):** S'il vous plaît. M. le député de Louis-Hébert, question de privilège?

**M. Doyon:** Oui, question de privilège. Le député de Chateauguay est en train d'essayer de faire de la diversion comme il le fait régulièrement puisque c'est la seule chose qu'il sait faire. Je suis représentant du très beau comté de Louis-Hébert. J'en suis extrêmement fier...

**Le Président (M. Brouillet):** Une minute, s'il vous plaît! Je vous interromps, j'ai même été un peu large parce qu'en commission, il n'y a pas de question de privilège, il n'y a pas de question de règlement. Ce n'est que sur le temps.

**M. Doyon:** ...M. le Président. Il y a des questions de règlement.

**Le Président (M. Brouillet):** Je crois que...

**M. Doyon:** Sur une question de règlement, alors, si vous me refusez la question de privilège.

**Le Président (M. Brouillet):** Il n'y a pas de question de règlement non plus.

**M. Doyon:** Bien sûr qu'il y a des questions de règlement.

**Le Président (M. Brouillet):** Question de règlement que sur le temps.

**M. Doyon:** Je siège à la commission parlementaire de l'énergie et des ressources depuis deux mois maintenant. Les questions de règlement sont justement ce qui est la spécialité des députés ministériels. S'il n'y a pas de question de règlement en commission parlementaire, je me demande ce qu'on a fait depuis deux mois à cette commission à soulever continuellement des questions de règlement. C'est sur une question de règlement que je veux intervenir.

**M. Dussault:** M. le Président, on a l'habitude de se faire divertir par le député de Louis-Hébert qui est reconnu pour être le député zigzag dans la région de Québec. Des fois, cela vaut la peine de le dire.

**Le Président (M. Brouillet):** Une minute, s'il vous plaît! Je vous demanderais quand même de vous en tenir au sujet du débat de part et d'autre et de ne pas provoquer des choses qui vont faire dévier le débat du cœur même et de la substance.

**M. Dussault:** D'accord. C'est une petite période de divertissement qui a commencé avec le sarcasme des gens de l'Opposition.

**M. Doyon:** Vous vous trouvez drôle. Vous êtes le seul à vous trouver drôle.

**M. Dussault:** On ferme la parenthèse du divertissement, M. le Président. Je reviens à ce que je disais. On est habitué aux tactiques de l'Opposition qui consistent à sortir des chiffres, à comparer des chiffres absolus, des incomparables qui ne sont pas comparables. Si ces gens se donnaient la peine d'étudier le moindre de leur géographie, ils constateraient que la réalité sur le plan des populations et telle qu'au sud du Québec, il y a 15 000 000 de personnes aux États-Unis à 150 milles de Montréal, qui sont susceptibles d'être une clientèle touristique pour le Québec. Au sud de Toronto, à 150 milles, il y a 50 000 000 de personnes. On comprendra qu'il est tout à fait normal qu'en chiffres absolus il y ait plus de monde qui vienne de 150 milles au sud de Toronto à Toronto que de gens qui viennent de 150 milles de Montréal à Montréal ou au Québec. Ce sont des réalités avec lesquelles on doit travailler si on veut faire quelque chose d'absolu. Sinon, on fait comme d'habitude du côté de l'Opposition, on souffle des ballounes.  
(9 h 45)

On a eu droit à la balloune pornographique, on a eu droit à la balloune de l'électronique avec le député de Portneuf. On a droit présentement à la grande balloune de LG 2, on espère qu'elle va finir bientôt. On a eu droit, à un certain temps, et elle revient, ils sont encore en train d'en souffler une, à la balloune linguistique, alors que l'on se rend compte que sur le plan linguistique le français nous sert énormément. Il nous sert particulièrement sur le plan touristique. Le ministre en a parlé tout à l'heure. J'ai ici un compte-rendu d'une journaliste américaine du New York Times Magazine intitulé Joie de vivre of Montréal qui dit: "Eventhough the billboards are all in French, English speakers are welcome almost anywhere."

M. le Président, c'est reconnu maintenant aux États-Unis que le fait français au Québec est un fait intéressant pour des touristes. Beaucoup d'Américains viennent ici pour vivre un peu à la française parce qu'ils ne peuvent pas tous se permettre d'aller régulièrement en France pour connaître le fait français et tout ce qu'il y a de culturel, de rattaché à cette question. On en profite. Les chiffres sont évidents. On a eu droit à la balloune linguistique. On a eu droit - elle commence à se ressouffler encore - à la balloune économique doublée d'une balloune nationale, parce qu'à en souffler deux en même temps, cela a toujours plus d'effet. Je pense qu'on en a assez de ce genre de chose. Ils essaient encore ce matin de nous souffler une balloune, la balloune touristique. Elle n'ira pas très loin, celle-là, malheureusement pour l'Opposition, parce qu'avec les chiffres qu'on a vus tout à l'heure, c'est évident que le

français nous rapporte et que, sur le plan touristique, les améliorations sont considérables quand on les regarde en toute relativité à partir des pourcentages et non à partir de chiffres absolus, ce qui n'est pas honnête pour le dossier. Leur discours est toujours un discours qui a un effet de ragots. On essaie toujours d'attraper l'entité qu'est le gouvernement, mais, en même temps, on se trouve à nuire à la collectivité québécoise. C'est toujours le même résultat. On en a assez de cela. C'est toujours pour les mêmes fins, des fins intéressées, des fins de réélection dans le but de prendre le pouvoir. Ce n'est pas comme cela qu'on doit prendre le pouvoir. Ce n'est pas honnête d'essayer d'y arriver. C'est du placotage, du placotage libéral. Faute de discours positifs, on fait du placotage.

M. le Président, je pense que les chiffres sont si éloquentes qu'on pourrait très bien arrêter la commission et on aurait fait le travail qu'on avait à faire ici ce matin.

**M. Lincoln:** Cela irait certainement mieux si vous n'étiez pas là.

M. Dussault: Je m'arrête pour le moment. J'y reviendrai si c'est nécessaire, mais, avant de m'arrêter, il me vient une autre idée.

**M. Lincoln:** Ah! Il était temps que vous en ayez une au moins.

M. Dussault: On est obligé de compter sur nos propres moyens pour arriver à ces résultats. On ne peut pas compter sur les gens d'en face, ces fossoyeurs de l'économie du Québec complices de leurs amis d'Ottawa, mais on essaie de compter sur d'autres éléments au Québec. Par exemple, on a demandé à Air Canada de faire un petit effort, de faire de la publicité dans une revue qui aurait permis de faire connaître le Québec, parce qu'on sait qu'il y a des revues touristiques, à un moment donné, qui par leur tirage permettent de faire connaître des pays ou des collectivités. On a demandé à Air Canada, à un moment donné, de faire un travail en ce sens et d'annoncer dans un cahier spécial, l'Handelsblatt, un cahier qui était réservé au Québec. Savez-vous ce qu'a répondu Air Canada? Ils nous ont dit: Nous préférons - et vous le comprendrez sûrement - mettre l'accent sur les régions du pays que nous desservons. C'est véritablement scandaleux. La compagnie Air Canada, qui profite de l'argent des Québécois, parce qu'il y a beaucoup de Québécois qui prennent les avions d'Air Canada, a refusé de faire un travail publicitaire pour nous, de participer à un travail publicitaire qui aurait fait connaître le Québec. Je dis que c'est un scandale. On est toujours obligé de compter sur nos propres moyens parce que lorsqu'on

compte sur les autres, autant les gens d'en face que les autres entités dans ce pays, on est toujours les derniers servis. Je reviendrai là-dessus s'il le faut.

**Le Président (M. Brouillet):** Merci, M. le député de Châteauguay. Nous cédon maintenant la parole au député de Viger.

**M. Maciocia:** M. le Président, je voudrais seulement consacrer quelques secondes pour parler du comportement du député de Châteauguay. Tout le monde le connaît. On connaît d'avance ses propos. On connaît déjà sa façon d'agir. Ses mots, on les a appris depuis deux ans. Ce sont toujours les mêmes, que ce soit à propos de l'aspect économique, que ce soit à propos de l'aspect linguistique, que ce soit dans n'importe quel domaine, il a toujours la même façon d'agir. Ce sont les mêmes mots qui sont devenus quasiment ridicules vis-à-vis de la population du Québec. Il est encore là pour dire le fait français. Il y a eu - et je demanderai au député de Châteauguay, mais bien plus au ministre, parce qu'il est vraiment responsable de faire cette promotion - une étude qui a été faite par l'Association des hôteliers du Québec et l'analyse des éditoriaux des grands journaux américains, depuis cinq ans, démontre exactement que le fait français est un grave inconvénient pour l'industrie touristique québécoise.

Le ministre disait tantôt que je connaissais un peu ce domaine à cause de mes affaires personnelles. Quand le ministre dit - et, je répète, le député de Châteauguay, mais je ne considérerai même pas ce dernier - que le fait français est une attraction pour le Québec et que la loi 101 - et le député de Châteauguay le répétait - est un attrait pour le touriste américain, il faut vraiment être borné ou il faut vraiment fermer les yeux sur les analyses qu'on a eues un peu partout à l'intérieur du Québec par les différents intervenants et aussi les éditoriaux à l'extérieur du Québec.

J'avais posé une question à laquelle le ministre n'avait pas répondu et j'aimerais qu'il me réponde. Il serait très important, non seulement pour le gouvernement du Québec, pour la population du Québec mais pour tous les intervenants dans l'industrie touristique de connaître l'impact de "Vacation in Quebec, with "la différence"; j'aimerais qu'il nous donne exactement l'impact qu'on a eu avec cela et j'aimerais vraiment, s'il y a eu des résultats, qu'il nous donne ces résultats. On ne peut le croire s'il vous dit seulement: Oui, c'est cela, on a eu un impact, on a eu une augmentation de touristes, quand on sait qu'il y a eu une diminution, l'année dernière, de 3 000 000 à 2 700 000. Je veux savoir s'il y a eu une étude qui a été faite sur cet impact.

Autrement, je dois me poser la question: Est-ce qu'on peut se permettre de dépenser des millions de dollars de la population du Québec sans vraiment faire une analyse en profondeur de la publicité qu'on veut transmettre à l'extérieur?

Voici un autre handicap que je lui disais hier en commission parlementaire et j'ai posé la question bien précise au ministre: Comment se fait-il que, dans la publicité qu'on fait à l'extérieur du Québec, on mentionne seulement le Québec? On n'a même pas le courage - et je crois que cela serait de la décence - et, en même temps, la responsabilité au ministère de dire que le Québec s'identifie au Canada. Les gens, à l'extérieur de la province, à l'extérieur du continent nord-américain, en Europe, connaissent un peu plus le Canada que le Québec, et la publicité de l'Ontario, c'est: Venez en Ontario, au Canada. Je me demande vraiment: Est-ce qu'on a vraiment la volonté politique? Est-ce qu'on a vraiment la conscience que l'argent des contribuables du Québec doit être dépensé de façon à rapporter de l'argent et des devises à la province de Québec?

Je voudrais que le ministre nous dise exactement sur quoi il pouvait affirmer tantôt les données qu'il nous mentionnait.

**Une voix:** Qu'il ne reprenne pas les tableaux.

**M. Maciocia:** Et qu'il ne reprenne pas les tableaux parce qu'on connaît ces tableaux depuis longtemps; le ministre essaie de camoufler complètement la promotion que le Québec devrait faire pour attirer la clientèle touristique.

Je lui avais aussi demandé avant, et le ministre n'a pas répondu: Est-ce qu'il y a un plan à moyen et à long terme pour le développement touristique et, deuxièmement, pour la promotion touristique?

**Le Président (M. Brouillet):** M. le ministre.

**M. Biron:** Bien sûr il y a un plan de développement touristique. Ce plan dont l'essentiel était dans "Bâtir le Québec" et dans "Le virage technologique" est basé sur le dynamisme du milieu. Nous, contrairement au Parti libéral, croyons que les gens dans leur milieu naturel sont les meilleurs pour prendre des décisions et développer harmonieusement leur région ou leur pays. Les libéraux disent: Non, pour nous, il faut tout mener par la tête et c'est le gouvernement qui doit intervenir. D'ailleurs, votre chef, M. Trudeau, dit cela fréquemment et passe à l'action dans ce domaine. Nous faisons confiance aux gens du milieu et on veut que chaque association touristique régionale soit forte, bien

structurée et développe son propre marché; nous l'aïdons par de la publicité partout à l'extérieur du Québec et au Québec.

Notre publicité porte surtout sur Québec et Montréal parce qu'il y a deux grandes portes d'entrée au Québec, et si on peut attirer des étrangers avec des portes d'entrée comme Québec et Montréal, bien sûr, on essaie, comme retombées secondaires, d'en faire profiter toutes les autres régions du Québec. Dans ce sens, notre publicité est surtout axée sur Québec. D'ailleurs, vous avez fait allusion tout à l'heure à notre publicité en Europe. Bien sûr, c'est la ville de Québec que vous avez, avec le Château Frontenac, le fleuve Saint-Laurent, l'île d'Orléans, la terrasse. C'est important pour nous et c'est important pour eux aussi. C'est la porte d'entrée de l'Amérique du Nord. Pour les Européens qui veulent venir ici, l'Amérique du Nord, c'est important. L'Amérique du Nord, c'est à la fois le Québec, le Canada et les États-Unis. Pour eux, la porte d'entrée naturelle - c'est dans ce sens que nous voulons placer le Québec sur le marché européen - c'est le Québec; Montréal et Québec.

Comme mon collègue, le député de Châteauguay, l'a dit tout à l'heure, on a de la difficulté à avoir le concours de la société Air Canada. J'espère que ça va changer avec le temps, mais il va falloir brasser la boîte à partir du haut parce que je ne pense pas qu'il y ait une volonté de ce côté. Lorsque le président-directeur général d'Air Canada m'écrit: "Il serait inopportun d'investir dans la publicité portant sur le Québec", je ne voudrais pas dire ce que je pense parce que c'est un mot qui serait grave. Air Canada dit: "Il serait inopportun d'investir dans la publicité portant sur le Québec. Nous préférons, vous le comprendrez sûrement, mettre l'accent sur les régions du pays que nous desservons", comme si le Québec n'existait pas pour Air Canada. C'est signé Claude Taylor, président-directeur général, le 16 mars 1982. Cela ne fait pas tellement longtemps.

Le Québec est obligé de s'organiser seul. Vous avez une grande entreprise aérienne qui ne veut pas faire de publicité à l'extérieur pour le Québec en disant qu'il est inopportun pour Air Canada d'investir dans la publicité portant sur le Québec. Pendant ce temps, Air Canada fait de la publicité au Québec pour sortir les gens du Québec et les envoyer à l'extérieur le plus rapidement possible. On est obligé d'agir tout seul. Ces gens d'Air Canada ont peut-être reconnu que le Québec devait devenir souverain et, au moins, tenir en main sa propre destinée et les sommes qui lui sont nécessaires pour faire sa promotion et sa publicité.

**M. Maciocia:** M. le Président, pourriez-vous demander au ministre de déposer la

lettre qu'il nous a lue tantôt? Est-ce qu'on pourrait avoir une copie de la lettre qu'il a lue?

**Le Président (M. Brouillet):** Je crois qu'en commission il ne peut pas y avoir de dépôt, sous réserve de prendre une décision définitive plus tard.

**Des voix:** Consentement.

**M. Maciocia:** De consentement, est-ce que le ministre pourrait nous donner une copie de cette lettre?

**M. Biron:** Bien sûr, je vous donnerai une copie de cette lettre.

**M. Maciocia:** Je voudrais l'avoir tout de suite, par exemple.

**M. Biron:** Je vous donne une copie de cette lettre et vous verrez vous-même ce qui se passe dans des sociétés de la couronne fédérales.

**M. Maciocia:** J'aimerais avoir une copie de la lettre. Est-ce que le ministre est prêt à nous la donner?

**M. Biron:** Ces gens sont un peu...

**M. Maciocia:** Est-ce que vous êtes prêt à nous donner une copie de cette lettre?

**M. Biron:** Oui, je vous en donne une copie, M. le député.

**M. Maciocia:** Tout de suite. Pourriez-vous envoyer un messenger faire une copie de cette lettre?

**M. Biron:** M. le Président, il faudrait répondre au député de Viger.

**M. Maciocia:** Ce sont encore des mensonges, M. le Président. Le ministre n'a même pas le courage, actuellement, de faire le dépôt qu'on lui demande et de nous donner une copie de cette lettre.

**Le Président (M. Brouillet):** Écoutez...

**M. Maciocia:** Je suis convaincu qu'il prend seulement les extraits qui font son affaire dans cette lettre. On le lui a même demandé en commission parlementaire hier. Le député de Jean-Talon lui a demandé une copie de cette lettre hier, et il n'a pas eu le courage de la déposer. On lui demande de le faire encore aujourd'hui.

**M. Ooyon:** Il y a un messenger à côté.

**Le Président (M. Brouillet):** En commission, il n'y a pas de dépôt, mais rien

n'empêche, en dehors du cadre de la commission, le ministre de vous passer les lettres qu'il voudra. Je ne peux pas m'y opposer, ça relève de lui. Pour le moment, si vous voulez, nous allons laisser le ministre terminer et, par la suite, je pourrai donner la parole à un membre de l'Opposition.

**M. Biron:** M. le Président, je sais que ça fait mal un peu à la succursale des libéraux fédéraux, mais c'est quand même ça. Je vous lis la lettre que j'ai eue et je vous en donne une copie, j'ai pris l'engagement d'en donner une copie au député de Jean-Talon qui m'a dit: Si c'est ça, je renie Air Canada et je fais campagne avec vous contre Air Canada et contre le gouvernement canadien. J'espère qu'il va livrer la marchandise maintenant. (10 heures)

Sur la question plus spécifique portant sur des attitudes de certains journalistes qui écrivent dans des journaux américains, je ne peux pas empêcher un journaliste d'écrire un mauvais article. Si le gars veut être malhonnête, il peut l'être tant qu'il veut. Ce que je sais, par exemple, je sais qu'on a parfois de la difficulté à l'extérieur du Québec parce qu'il y a des gens du Québec - particulièrement des rouges, des rouges du Québec - qui essaient de tout faire pour détruire l'économie du Québec, qui essaient de tout faire pour détruire des entreprises et des emplois au Québec. J'ai eu des exemples bien précis de compagnies américaines... J'en ai eu une dernièrement, une grande compagnie américaine qui est venue nous voir au Québec. On a déroulé le tapis, on leur a dit qu'ils étaient les bienvenus et on les invitait à venir investir chez nous. Lorsqu'ils sont arrivés en Ontario, les gens de l'Ontario leur ont dit de ne pas venir au Québec, que c'était invivable, ils ont tout mis. Les Américains ont été assez honnêtes - ce sont des gens d'affaires - et ils sont revenus me voir pour me demander si ce qu'on leur avait dit était vrai. J'ai dit: Bien sûr que c'est vrai. Ils ont répondu: Ce n'est pas cela qu'on entend dire. La plupart du temps ce sont des rouges du Québec qui ont quitté le Québec et qui déversent leur venin sur le Québec, les entreprises, les travailleurs, les travailleuses du Québec et bien sûr, en même temps, sur le gouvernement du Québec.

**M. Lincoln:** M. le Président...

**M. Biron:** La question précise que vous avez posée M. le député c'est le programme "Vacation in Quebec with "la différence" l'an dernier avec cette publicité, on a eu six fois plus de demandes que les années passées. On dit, selon les statistiques compilées par des spécialistes en la matière, que 78% des gens qui s'informent à la suite d'une annonce

publicitaire, à un programme publicitaire dans ce sens-là, veulent venir dans cette région bien spécifique ou dans ce pays spécifique qui fait la publicité. Six fois plus de demandes, 78% des gens y viennent et les enquêtes qu'on a faites auprès des Américains - vous qui dites que le fait français n'est pas payant alors que je vous ai montré sur des tableaux très clairement que c'est payant le fait français et que les gens aiment le fait français, la différence, et qu'ils viennent ici pour cela - 90% des Américains se disent satisfaits. Je ne peux pas empêcher les 10% de chiâler. Il y a 10% du monde qui chiâle, il y a une petite "gang" de rouges au Québec qui chialent. Je ne peux pas les empêcher de chiâler, ce sont des chiâleurs naturels. Je ne peux pas empêcher cela.

D'un autre côté, il faut regarder le monde, le vrai monde, le monde des comtés du Québec, le monde de Lotbinière, le monde de Bellechasse, le monde de Québec, le monde de Montréal, de Maisonneuve, de Châteauguay, le vrai monde là, il ne chiâle pas autant que cela. Au contraire, le vrai monde est fier d'être Québécois et essaie de faire le maximum pour sortir de la crise le plus rapidement possible et faire de sorte de créer des emplois au Québec. C'est notre préoccupation. Nos programmes de publicité, nos programmes de promotion ne sont pas là simplement pour le plaisir de faire des programmes de promotion et de payer 10 000 000 \$ ou 11 000 000 \$ en promotion et en publicité dans les journaux, à la télévision et à la radio pour inviter du monde à venir ici. Nos programmes de promotion, de publicité touristique ont un seul but: créer des emplois, stabiliser, sécuriser des emplois au Québec, permettre à plus de gens possible de travailler au Québec et permettre à plus d'entreprises dans le domaine touristique - il y a une quinzaine de mille entreprises de restauration, d'hébergement ici qui sont à peu près toutes des PME, de pouvoir prendre de l'expansion et de se développer.

M. le Président, à votre question spécifique: Oui, cela a rapporté des dividendes. Premièrement, vous avez vu nos tableaux tout à l'heure. Une augmentation appréciable du nombre d'Américains pour un séjour de plus de 24 heures au Québec en automobile alors qu'on a eu une diminution en Ontario. Vous avez vu que le séjour au Québec dure plus longtemps maintenant qu'autrefois, alors que le séjour en Ontario a diminué. Donc l'atmosphère française québécoise a attiré du monde. Vous avez raison quand vous dites que l'atmosphère française québécoise a attiré du monde. Je dis oui à cela.

Est-ce que les Américains sont satisfaits de l'atmosphère québécoise? À 90%, les Américains disent: Oui, nous

sommes satisfaits. Alors, si vous voulez prendre les 10% et vous y coller à la vie à la mort, collez-vous avec la majorité; mais si vous voulez vous coller à la majorité, collez-vous donc avec des gens qui sont satisfaits, qui ont une tête sur les épaules, qui viennent ici et qui sont heureux des résultats de la performance du Québec et du produit touristique que nous livrons. Je vous invite à une réflexion là-dessus.

M. Maciocia: Je voudrais seulement...

**Le Président (M. Brouillet):** M. le député de Viger.

M. Maciocia: Oui, M. le Président, si vous me permettez deux choses. Premièrement, je voudrais dire au ministre que je ne crois pas que les 46% de la population du Québec qui ont voté pour le Parti libéral soient des imbéciles, comme il a essayé de nous le faire croire tantôt. Deuxièmement, M. le Président, j'ai demandé...

M. Biron: Question de règlement, M. le Président.

M. Maciocia: Apparemment, il n'y a pas de question de règlement, M. le Président.

**Le Président (M. Brouillet):** Une minute. Il n'y a pas de question de règlement si ce n'est que sur les règles qui régissent les questions avec débat.

M. Biron: Question de règlement, M. le Président, parce que le député de Viger...

**Le Président (M. Brouillet):** Non, non. Une minute. M. le ministre. Sur quel point de règlement?

M. Biron: Question de règlement, d'après l'article 99. Le député de Viger vient de m'attribuer des paroles que je n'ai pas prononcées. Je n'ai jamais dit que tous ceux qui avaient voté pour le Parti libéral étaient des imbéciles. Jamais de ma vie, je n'ai dit cela. Mais il y a des rouges et il y a des libéraux. Les libéraux finissent par comprendre, cela a du bon sens; les rouges sont bornés bien dur, il n'y a rien à faire avec eux.

**Le Président (M. Brouillet):** M. le ministre, une minute, s'il vous plaît: Une minute! M. le député de Viger, vous aurez le loisir de pouvoir répondre quand vous aurez le droit de parole parce qu'il n'y a pas de questions de privilège en commission et les questions de règlement, en ce qui concerne une question avec débat, ne peuvent porter que sur les règles qui régissent une telle commission. Alors, attendez votre droit de

parole pour pouvoir répliquer à ce que vous voudrez bien répliquer. M. le député de Viger.

**M. Maciocia:** J'ai seulement une question à poser au ministre, je passerai la parole à mon collègue de Louis-Hébert. Tantôt, il nous a donné des chiffres. Je lui demanderai, concernant "Vacation in Quebec, with "la différence", si le ministre pourrait nous déposer ces chiffres, l'étude - s'il a eu l'étude que je lui ai demandée au début - et, deuxièmement, s'il n'y a pas eu d'étude, s'il y a eu un sondage et s'il peut le déposer à cette Assemblée, aujourd'hui; tandis que tous les gens du ministère sont là, s'il pouvait déposer l'étude de l'impact qui a été faite et les sondages en conséquence de cela. Merci.

**Le Président (M. Brouillet):** Très bien. Pendant...

**M. Biron:** Oui, M. le député...

**Le Président (M. Brouillet):** Oui, vous pouvez.

**M. Biron:** Oui, il y a eu une étude sur ce que nous appelons communément dans notre jargon une enquête sur la satisfaction des gens à la suite d'une campagne publicitaire. Je n'ai pas de copie avec moi, ici, mais je m'engage à en remettre une copie au député de Viger.

**M. Maciocia:** Je voudrais que le ministre nous spécifie ceci: Est-ce que l'étude a été faite sur les gens qui sont venus au Québec ou sur les gens en Amérique?

**Le Président (M. Brouillet):** M. le ministre est en train de consulter son personnel, il pourra vous répondre dans quelques minutes.

**M. Biron:** D'accord. Je voulais seulement vérifier pour être certain de donner la bonne réponse au député. Elle a été faite sur tous ceux et celles qui ont demandé de l'information à partir des États-Unis. Là, on calcule le nombre de gens qui sont venus et, ceux qui sont venus, on leur demande: Êtes-vous satisfaits?

**M. Maciocia:** Quand était-ce et combien y avait-il de gens? Quel était l'échantillon, s'il vous plaît?

**Le Président (M. Brouillet):** Je ne sais pas si...

**M. Biron:** D'accord. Je pourrais vous apporter le rapport là-dessus. Vous voulez un chiffre bien précis et vous comprendrez que

je n'ai pas ce rapport avec moi ce matin. Je vais vous donner une copie du rapport. Vous verrez, c'est un échantillonnage scientifique par des spécialistes dans le domaine.

**M. Maciocia:** D'accord.

**Le Président (M. Brouillet):** Très bien. M. le député de Louis-Hébert.

**M. Dussault:** ...si je peux me permettre avant de passer à son collègue.

**Le Président (M. Brouillet):** Ce sera très bref, disons...

M. Dussault: Très bref, M. le Président, oui.

**Le Président (M. Brouillet):** ...parce que, pour le temps, je voudrais maintenir un équilibre.

**M. Doyon:** M. le Président, le ministre vient de répondre au député de Viger. Au nom de l'alternance, justement, je pense que c'est au député de Louis-Hébert de prendre la parole, M. le Président.

**Le Président (M. Brouillet):** Je pense que vous aurez le loisir...

**M. Dussault:** Je n'ai pas d'objection, M. le Président. Cela aurait été en continuité avec ce qui vient d'être dit, mais je peux le dire plus tard, M. le Président.

**M. Lincoln:** Ce que vous direz sera "nonsense" de toutes les façons.

**Le Président (M. Brouillet):** Laissez la parole au député de Louis-Hébert.

**M. Doyon:** Merci, M. le Président. En ce qui concerne la capacité d'une continuité en quoi que ce soit du député de Châteauguay, vous me permettrez d'en douter fortement. La preuve est faite amplement, dans cette assemblée, que quoi que dise le député de Châteauguay, cela ne vaut pas la peine de s'en occuper, car tout le monde sait que c'est une farce, c'est de commune renommée. Le député de Châteauguay a réussi à se faire une réputation, ici à l'intérieur de cette assemblée, de fou du roi, et il continue ce matin. Il n'y a pas de surprise là-dedans.

Maintenant, pour parler de choses plus sérieuses, je pense qu'il vaut la peine de relever certains propos du ministre. C'est un aparté que je fais parce que mon propos principal était de parler de la région de Québec, une région touristique par excellence, mais je ne peux passer sous silence les énormités du ministre responsable du tourisme. Il nous affirme, sans cligner des

yeux, que les gens viennent ici pour le fait français, pour la différence, tel qu'il dit dans son budget, pour notre spécificité culturelle. Je pense que c'est se tromper sur ce qu'est le tourisme en tant qu'industrie.

Je vais tenter de le définir dans des mots très simples que même le député de Châteauguay, peut-être, s'il me relit demain ou après-demain deux ou trois fois, va comprendre. En tout cas, je vais employer les mots les plus simples possible. L'industrie touristique n'est pas une entreprise de propagande culturelle et de vente de la culture française. Je suis le premier à reconnaître que le fait français est un fait qui est éminemment défendable et valable. Je pense qu'il faut s'entendre et qu'il n'y a pas de discussion là-dessus. Où on se trompe, c'est quand on fait croire à la population du Québec qu'on va attirer du monde en disant: Nous, on parle français, à Sainte-Anne-de-Beaupré on dit le chapelet en français, à l'Oratoire Saint-Joseph on fait le chemin de croix en français. Vous vous trompez là-dessus. C'est comme si on voulait attirer les touristes au Mexique en leur faisant valoir qu'à Acapulco on parle espagnol et que c'est cela qui va les attirer. Vous vous trompez parce que les gens vont à Acapulco pour la mer, pour le soleil, pour le ciel bleu. Ils n'y vont pas parce que les gens parlent espagnol. Ils parleraient albanais qu'ils iraient pareil. C'est secondaire dans la décision que le touriste prend d'aller quelque part. Il y va parce qu'il va prendre des vacances. Il va se reposer. Il va trouver du confort. Il va trouver ce qu'il ne trouve pas chez lui. Il va réaliser un rêve qu'il a entretenu pendant toute son année de travail. Il n'y va pas pour entendre spécifiquement parler français.

Quand on axe notre publicité là-dessus, qu'on tente de faire croire à la population que c'est cela qui va attirer des gens, c'est totalement faux, M. le Président. Ce qui va attirer les gens au Québec et ce qui va les garder au Québec, c'est notre produit essentiellement touristique, c'est-à-dire combien en donne-t-on aux gens pour leur argent? C'est une question purement économique. Si cela coûte deux fois plus cher, comme c'est actuellement le cas pour se rendre à un endroit parce que le ministre des Finances a confondu les pompistes avec les percepteurs d'impôts, que voulez-vous, les gens vont éviter les pompistes parce que personne ne fréquente de bon gré les percepteurs d'impôts. Et, évitant les pompistes québécois, ils ne se promèneront pas sur les routes québécoises. C'est le simple bon sens. Si on veut attirer les gens au mont Sainte-Anne, il faut, bien sûr, qu'on puisse leur vendre un produit pour lequel ils viennent ici, c'est-à-dire leur permettre de faire du ski, si c'est cela qu'ils viennent faire. Et, s'ils viennent pour autre chose, il faut leur offrir ce qu'ils viennent chercher

au Québec.

Ce gouvernement-là a la mauvaise habitude - et c'est rendu une manie qui fait un tort extrême, non seulement à l'industrie touristique, mais à toutes les industries de la province de Québec - on s'imagine que les gens vont venir dans la province de Québec pour le fait français. Et je sais qu'il est dans le discours péquiste - un discours éminemment minable et méprisable - de faire croire que nous, les libéraux, parce qu'on fait tout simplement des calculs économiques, sommes contre le fait français. Cela est éminemment méprisable. Et la population va vous juger en temps et lieu là-dessus. Il n'y aura pas de pardon. Le fait français, nous le respectons autant que vous, mais, nous faisons une différence beaucoup plus que vous, nous faisons une différence, cependant, entre un produit mis en vente à la grandeur de la planète, finalement, en compétition avec des gens parlant toutes sortes de langues. Si c'était cette spécificité culturelle qu'on recherchait, les gens iraient beaucoup plus en Albanie, parce qu'ils vont être beaucoup plus dépaysés en allant en Albanie, si c'est cela que les gens cherchent. (10 h 15)

M. le Président, je veux référer le ministre à un éditorial relativement récent de la Presse, sous la signature de M. Jean-Guy Dubuc intitulé "Les touristes nous évitent." On explique dans cet article pourquoi les touristes nous évitent. C'est malheureusement la vérité. C'est malheureusement en grande partie parce que le discours du ministre n'a pas changé. C'est parce qu'on n'a pas confié à des gens qui connaissent l'industrie touristique le rôle de vendre ce produit touristique qui est le nôtre, et qui est compétitif avec n'importe quel autre produit touristique. Là-dedans comme dans d'autres choses, il faut avoir une ligne de pensée claire, il faut savoir où on s'en va. Si on court deux lièvres à la fois, c'est-à-dire se servir des maisons du Québec en même temps pour vendre la propagande péquiste d'une indépendance et d'une souveraineté future du Québec et en même temps tenter d'amener les gens ici pour passer leurs vacances, il est bien sûr qu'on est en porte-à-faux. On est écarquillé et quand on est écarquillé on ne court pas très vite et on ne va nulle part parce qu'on ne sait pas où on va. C'est votre cas, vous, le gouvernement péquiste, vous ne savez pas où vous allez. Vous tentez, par le biais de l'industrie touristique, de vendre votre salade nationaliste. C'est cela que vous tentez de faire et je pense qu'il était important de faire cette mise au point.

Pour parler plus spécifiquement de la région de Québec, la ville de Québec et toute la région de Québec est ouverte sur le fleuve et sur toute l'histoire de l'Amérique du Nord et elle constitue depuis très

longtemps le coeur de l'activité touristique régionale. Son site privilégié de promontoir entre le port et les montagnes, sa citadelle, ses fortifications, son vieux quartier latin et sa Place royale, à deux pas du vieux port, le charme de ses rues, parcs, cafés, etc., en font un endroit de rêve.

Cependant, on se rend compte qu'actuellement la région touristique de Québec est laissée pour compte. En ce qui concerne le transport, la région de Québec n'a pas connu d'améliorations récentes. On ne parle même pas de la signalisation routière défectueuse. Pour l'hébergement - j'ai des chiffres ici - le taux d'occupation des chambres des établissements hôteliers est passé de 65,15% en 1979 à 61,79% en 1981, une baisse dans la région de Québec. Cela est attribuable à des facteurs qui sont déterminables, cela est attribuable à des charges fiscales et à une taxation excessive sur les aliments et les boissons. On se sert des boissons alcooliques, du monopole d'État à la Régie des alcools pour percevoir des taxes qui ont un effet de détérioration sur la compétitivité des prix des restaurants qui offrent en vente ces boissons alcooliques. Les charges fiscales, les taxes municipales imposées sur les hôtels sont beaucoup trop élevées et j'invite le ministre à faire des comparaisons et il s'apercevra que les charges fiscales de taxation foncière par chambre d'hôtel dans la région de Québec sont de l'ordre d'au-delà de 2000 \$ par chambre alors que dans des villes des États-Unis avec lesquelles nous sommes en concurrence, ce coût n'atteint pas 500 \$ par année. Il y a aussi, dans la région de Québec - le ministre devrait intervenir là-dessus - des établissements hôteliers qui sont victimes d'une concurrence déloyale. De plus en plus, des institutions d'enseignement, comme l'Université Laval, les cégeps, etc., sont entrés dans le secteur de la restauration et dans le secteur de l'hébergement, avec l'accord tacite du gouvernement, et ce, à des coûts qui ne sont pas compétitifs: 7 \$, 8 \$, 9 \$ ou 10 \$ par soir.

Des chiffres m'ont été remis dernièrement. En 1981, l'Université Laval, à titre d'exemple, a reçu 53 529 visiteurs; c'est autant de personnes qui ne sont pas allées dans des hôtels du Québec. On est devant une situation de compétitivité anormale. Il faut que le gouvernement intervienne là-dedans pour fixer les règles du jeu, c'est important. Il est sûr que notre infrastructure hivernale n'est pas compétitive avec les autres régions similaires. On connaît les résultats désastreux des deux derniers hivers. Dernièrement, on a annoncé des investissements de l'ordre d'une dizaine de millions pour des canons à neige au mont Sainte-Anne. Il était grand temps qu'on le fasse. On est en train de ruiner une clientèle qu'on avait réussi à établir. Il va falloir

remotiver, convaincre à nouveau les gens qui avaient pris l'habitude de venir faire du ski ou de venir passer des vacances de neige ici, au Québec.

Si on ne peut offrir à ces gens le produit qu'ils veulent, ils ne viendront pas. On aura beau parler français, les gens qui viennent faire du ski au Québec ne viennent pas pour faire du ski en français, ils viennent faire du ski. Ils viennent, sur deux skis, avec des bottines dans leurs pieds, glisser sur des pentes où il est censé y avoir de la poudreuse. On aura beau leur dire qu'ils seront accueillis en français au bas des pentes, ils ne viendront pas plus. Mettez-vous cela dans la tête une fois pour toutes. Vous faites fausse route, vous confondez vos objectifs et c'est un défaut majeur chez un gouvernement de confondre les objectifs qui doivent le guider. Je ne comprends pas que vous agissiez comme cela. Ou le ministre est mal entouré, par des gens qui ne connaissent pas cela, ou il s'entête et se ferme les deux yeux en continuant dans sa ligne nationaliste et "nationalarde". Il faut, à un moment donné, qu'on réalise que c'est nocif pour la région de Québec et pour le Québec tout entier. Il est essentiel que le gouvernement rajuste son tir.

M. le Président, dernièrement à Toronto avait lieu ce qui a été appelé Rendez-Vous Canada 1983. Le Québec y était. Pour ce qui a été de la présentation québécoise à ce Rendez-Vous Canada, à Toronto, cela a été un désastre. Je vous invite à vous renseigner auprès des gens qui ont été témoins de ce qui s'est passé là-bas. Ce n'est pas surprenant que cela ait été un désastre. Je vais vous donner simplement un exemple et vous allez comprendre pourquoi cela a été un désastre. Cela ne pouvait pas faire autrement que d'être un désastre. Savez-vous ce qui s'est passé? Je vais juste vous dire comment Terre-Neuve était installée et on va comparer comment Québec était installé à Rendez-Vous Canada, à Toronto. Je vais juste vous donner des exemples, vous en jugerez et la population en jugera. Savez-vous ce que Terre-Neuve avait à Rendez-Vous Canada, à Toronto? Tout d'abord il y avait un kiosque de 32 pieds ouvert avec six employés en rotation au kiosque. Qu'est-ce qu'avait le Québec comme kiosque? On va comparer. Un kiosque de seize pieds ouvert avec six employés, ce qui était déjà, on le reconnaît, une amélioration sur 1982 où il y avait simplement deux employés. On continue la comparaison. Le ministre du Tourisme de Terre-Neuve était sur place avec invitation aux gens qui visitaient le kiosque à sa suite. Le Québec, qu'est-ce qu'il y avait? Il y avait le sous-ministre présent mais pas de suite et pas d'invitation. Qu'est-ce qu'avait Terre-Neuve? Terre-Neuve avait une suite de 30 à 40 personnes de 17 heures du soir à 3 heures du matin avec chansonniers qui jouaient des

airs et de pièces des différents pays qui étaient à Rendez-Vous Canada. Qu'est-ce que le Québec avait de ce côté? Aucune suite, aucun attrait pour les gens qui visitaient. Le kiosque de Terre-Neuve offrait des macarons aux visiteurs. Aucun macaron, aucun souvenir de la part du Québec. Le Québec a offert un dîner qui a eu un effet contraire à celui prévu, cela a été un échec total, cela a été un "flop" monumental parce que cela a été fait sans professionnalisme en compétition avec d'autres activités.

Je demanderais au ministre de s'enquérir de ce qui s'est passé à Rendez-Vous Canada, à Toronto, dernièrement. Si le Québec a fait une aussi piètre figure vis-à-vis d'une province comme Terre-Neuve, comment espérer pouvoir se rabattre simplement sur le fait qu'on parle français ici pour compenser toutes ces lacunes? Si le tourisme, comme c'est l'argument du ministre, est une industrie, elle doit être traitée comme une industrie. Elle ne doit pas être traitée comme une activité de propagande, comme une activité de vente de l'idéal nationaliste, souverainiste, indépendantiste et séparatiste. Il faut différencier les deux. Chacun son métier et les cochons seront bien gardés!

M. le ministre, vous avez la responsabilité de voir à ce que l'industrie du tourisme rapporte au Québec. Vous n'avez pas la responsabilité de vendre l'idée de l'indépendance du Québec à des étrangers de l'extérieur de la province de Québec ou du Canada. Vous avez une responsabilité spécifique qui est de voir à ce que les gens du Québec puissent vivre de leurs biens, de leurs ressources naturelles, de leurs panoramas, de leurs paysages. Vous ne devez pas confondre les deux. Malheureusement, M. le ministre, dans tout votre discours il est évident, il est patent que vous n'avez pas encore compris cela. Tant que le Parti québécois n'aura pas compris cela, toute la province de Québec va en payer le prix. Je pense que c'est le temps qu'il y ait un réajustement de tir qui soit fait sur cela.

Je vous invite instamment au nom de la région de Québec, qui est particulièrement mal traitée à ce sujet, qui est laissée pour compte, à rajuster votre tir, il est grandement temps. La population en a marre de votre refrain sur le même air connu, archiconnu que le nationalisme québécois c'est quelque chose que les gens de l'extérieur vont venir acheter ici. Il n'en est rien. Ils vont venir ici pour se reposer. Ils vont venir ici pour prendre des vacances, comme les Québécois vont en Floride pour profiter de la mer, pour profiter du soleil, pour profiter des plages. Ils vont au Mexique pour les mêmes raisons. On ne va pas en Floride pour entendre parler anglais, cela nous importe peu. On va en Floride et au Mexique et ailleurs parce qu'on y trouve là

un produit qui nous convient. Ici, au Québec, on a un produit qui convient aux touristes. N'essayons pas d'axer notre publicité, notre promotion sur le fait français, sur la langue française qui va amener ces touristes-là. Ce qui va amener les gens, ce sera le fait qu'on a un produit qui est valable et qu'il est de votre responsabilité de faire valoir.

**Le Président (M. Brouillet):** Merci, M. le député de Louis-Hébert. Je vais faire le point un peu sur le temps, pour vous situer. Le député de Louis-Hébert a presque épuisé ses 20 minutes. Actuellement, 43 minutes ont été utilisées par l'Opposition, et 33 minutes par...

**M. Lincoln:** Combien dites-vous, M. le Président?

**Le Président (M. Brouillet):** 43 et 33. Le député de Louis-Hébert a pris...

**M. Lincoln:** Cela va.

**Le Président (M. Brouillet):** ...environ 17 minutes de son temps. Le député de Châteauguay, maintenant.

M. Dussault: M. le Président, je voudrais revenir brièvement sur ce que disait le député de Louis-Hébert à mon sujet. Quand les gens d'en face se trouvent pris au dépourvu sur le fond - ce qui arrive souvent quand je m'adresse à eux - ils finissent par revenir sur la forme et là ils se mettent à "dégueulasser" sur mon compte. On connaît maintenant leurs tactiques et il ne faut pas s'en faire avec cela, j'en ai pris l'habitude depuis que j'ai dénoncé les 750 000 \$ qui sont dans leur caisse électorale venant des Jeux olympiques et qui serviront un jour à faire du patronage. Ces gens-là ne m'aiment pas beaucoup et vous voyez les résultats. Cela ne me dérange pas beaucoup.

Je voudrais revenir sur la comparaison que M. le député de Louis-Hébert a faite entre le Québec et le Mexique. M. le député de Louis-Hébert nous dit que les gens vont au Mexique pour le ciel bleu et la mer. Quand on est fait d'un bloc comme lui, on s'attend évidemment à ce que des choses comme celles-là soient dites. Comme si tout le monde était fait de la même façon et qu'il n'y avait qu'une chose qui intéressait le monde: le ciel bleu et la mer. On comprend pourquoi il dénonce ensuite notre façon de voir les choses sur le plan de la promotion touristique. Je lui suggérerais d'aller dans un kiosque touristique et de se tenir là pendant une journée et d'écouter ce que le monde dit, l'échange qui se fait entre les agents qui sont dans le kiosque et les touristes. Il comprendra un peu mieux ce qui motive les touristes. Il va se rendre compte qu'il y a beaucoup de monde qui ne voyage pas

seulement pour voir le ciel bleu et la mer. On n'a pas beaucoup de mer à offrir ici. On comprendra que la comparaison est difficile à soutenir.

Il y a aussi des gens qui cherchent des réalités culturelles. Au Mexique, même si le ciel bleu est beau et que la mer est belle, il y a bien du monde qui va au Mexique pour des réalités culturelles. Le Mexique antique, les Incas et tout le reste sont une réalité touristique importante au Mexique. M. le député de Louis-Hébert ne nous a pas parlé de cela parce que cela n'entre pas dans sa théorie, dans son discours. Il ne nous parle pas de ces réalités-là. Pourtant, les Mexicains cherchent à attirer des touristes avec ces réalités-là. J'ai vu beaucoup d'annonces du Mexique pour attirer les touristes sur cette base-là.

On parlera longtemps de la réalité culturelle québécoise pour des fins touristiques. Je sais cependant qu'on ne convaincra jamais le député de Louis-Hébert parce que cela ne l'arrange pas. Ce qu'il veut, c'est dénigrer les Québécois, c'est faire en sorte qu'on passe pour des gens non accueillants. C'est cela son objectif. Comment se fait-il qu'il y ait des Américains qui viennent faire du ski au Québec, si la réalité culturelle ne les intéresse pas? À ce compte-là, qu'ils aillent moins loin, qu'ils s'arrêtent en Nouvelle-Angleterre en passant et qu'ils fassent du ski en Nouvelle-Angleterre. Comment se fait-il qu'il y ait des gens qui cherchent les pentes enneigées du Québec? C'est parce qu'ils veulent faire du ski, bien sûr, sur des pentes enneigées, mais dans un contexte culturel québécois, français. C'est cela le fait français. Beaucoup de gens ont compris cela, même si le député de Louis-Hébert ne le comprend pas.  
(10 h 30)

En 1982, dans le Journal de Montréal du dimanche 8 août, dans un article intitulé "La campagne de publicité du Québec a frappé dans le mille", la conclusion est: "De l'avis de plusieurs agents touristiques, le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme aurait, cette fois, visé juste en axant la promotion sur l'unicité culturelle et linguistique du Québec en Amérique du Nord." Voyons, M. le Président, on n'invente rien.

Un autre article du Devoir, du vendredi 10 décembre 1982, il est écrit: "Le visage français du Québec ne rebute pas le touriste anglophone. Le visage français du Québec, favorisé par les dispositions de la loi 101, ne semble pas embarrasser ou ennuyer outre mesure les touristes anglophones. Au contraire, ils se sentent plutôt rassurés parce que le caractère bilingue de Montréal et de Québec notamment persiste dans la dispensation des services, ce qui les encourage à y revenir. Ce qui ressort d'une

recherche effectuée pendant l'été 1980 auprès de 300 visiteurs d'expression anglaise dont plus de la moitié, 53,3%, venaient des États-Unis, un peu plus du tiers, 37%, des autres provinces canadiennes, le reste 9%."

Vous voyez, M. le Président, on n'invente rien. Des gens d'en face essaient de nier cette réalité dont on parle avec fierté. C'est normal, on est des Québécois à part entière. Je ne suis pas étonné que les gens de la CUQ, à un moment donné, se soient réjouis du départ du député de Louis-Hébert; avec le style de ce personnage, on comprend les difficultés que cela devait poser à du monde.

M. le Président, un article dans le Soleil du vendredi 3 septembre 1982 dit: "Une nette évolution du tourisme au Québec." On fait encore référence à ce qu'on a choisi comme point central de notre promotion touristique. Un autre: "En Estrie, une saison touristique comme on n'en avait pas vu depuis 20 ans." Encore là, on dit: "L'Estrie a connu, cette année, une saison touristique comme elle n'en a pas vu depuis plus de 20 ans et on estime que le nombre de touristes a augmenté de 15% dans la région, a déclaré, en fin de semaine, M. Réjean Beaudoin, directeur général de l'Association touristique de l'Estrie."

M. le Président, je voudrais que les téléspectateurs le voient clairement. "Une saison touristique comme on n'en avait pas vu depuis 20 ans." Une déclaration de M. Réjean Beaudoin. Ce n'est pas nous qui le disons, c'est M. Beaudoin. "Tout pour accélérer, tout pour accélérer la croissance du tourisme." Une déclaration de M. Michel Trudel. "Le tourisme est une industrie qui connaît l'expansion la plus rapide présentement à Drummondville et tout est mis en oeuvre pour maintenir sinon accélérer cette croissance."

M. le Président, on ne demande pas aux gens de nous croire, on demande aux gens de croire ce que les autres en disent. Si le député de Louis-Hébert n'est pas capable de croire ce qu'on dit, qu'il croie au moins ces gens. Si le député de Viger n'est pas capable de nous croire, qu'il croie au moins ces gens. Si le député de Nelligan n'est pas capable de nous croire, qu'il croie ces gens. C'est tout ce qu'on leur demande. Cela parle tout seul, M. le Président.

Qu'on arrête de nous raconter des histoires pour rapetisser le Québec, pour toujours faire croire au monde qu'on n'est pas capables, qu'il n'y a que les autres qui sont fins, à les entendre, qu'il n'y a que les autres qui sont capables de faire valoir leur tourisme à travers des questions culturelles. Nous, on ne peut faire cela, on n'a pas le droit de faire cela. Parce qu'on est un gouvernement souverainiste, on n'aurait pas le droit de faire cela. On compte sur nos moyens, on compte sur nos caractéristiques,

on compte sur ce qui nous distingue et cela nous réussit. Que ces gens le veuillent ou non, cela nous réussit, M. le Président. Il va bien falloir qu'ils finissent par tirer des conclusions un de ces jours. Qu'ils arrêtent de toujours rapetisser le Québec. On est tannés de cela. Cela donne toujours de mauvaises impressions. Ils veulent toujours faire croire qu'on n'est pas accueillants, qu'on ne veut pas avoir des investisseurs, que les gens ne doivent pas venir ici parce qu'il y a un gouvernement du Parti québécois qui est au pouvoir.

J'en ai assez, M. le Président. Je ne me tannerai cependant pas de leur dire, M. le Président, parce que je pense que si au moins eux ne le comprennent pas les gens qui nous écoutent s'en rendent compte et cela parle tout seul. Merci, M. le Président.

**Le Président (M. Brouillet):** Merci.

**M. Lincoln:** M. le Président, M. le ministre a abandonné le débat. Est-ce que le tourisme ne l'intéresse pas?

**Une voix:** Il est allé faire une photocopie de la lettre.

**M. Lincoln:** Ah bon! Il est allé faire photocopier...

**Le Président (M. Brouillet):** Alors, il devrait être de retour, je pense bien.

**M. Lincoln:** Je crois qu'il aurait été plus utile d'envoyer son adjoint ou un de ses sous-ministres faire la photocopie.

**M. Dussault:** M. le Président, le ministre a pris un engagement tout à l'heure, alors il s'arrange pour le remplir et, de toute façon, le ministre sait que son adjoint parlementaire peut répondre aux questions. Si vous avez des questions à poser, je suis là pour y répondre, M. le Président.

**M. Lincoln:** M. le Président, c'est mon droit de parole. Je n'ai pas envie de perdre mon temps à écouter le député de Châteauguay.

**Le Président (M. Brouillet):** M. le député de Nelligan. Une minute, s'il vous plaît. Vous avez quand même posé une question à savoir où était le ministre. Alors, comme je ne le savais pas, il fallait bien que quelqu'un du parti ministériel donne une réponse.

**M. Lincoln:** J'ai demandé une réponse.

**Le Président (M. Brouillet):** Bon, c'est très bien. Maintenant nous savons. Il est revenu, M. le député de Nelligan, vous avez droit de parole.

**M. Lincoln:** M. le ministre, je voudrais, j'espère, avoir des réponses de vous. Je préfère vos réponses à celles de votre adjoint parlementaire. Si, après six ans dans le Parti québécois, il occupe toujours le banc de dernière galerie et qu'il n'est même pas pris au sérieux par son parti, je n'ai pas envie d'écouter toutes ses rengaines. Cela ne m'intéresse pas du tout. J'aurais voulu avoir des réponses de vous. Si je faisais, en capsule, un exposé de la situation du tourisme au Québec, je dirais: Les efforts consentis au cours des dernières années ne sont pas suffisants. Il faudrait faire davantage pour corriger la situation présente. Cela veut dire que la situation présente n'est pas favorable. Est-ce que vous seriez d'accord si je vous disais que les efforts qu'on a faits au cours des dernières années ne sont pas suffisants? Il faut faire davantage pour corriger la situation présente. Est-ce que vous êtes d'accord là-dessus?

**M. Biron:** M. le Président, sur la question spécifique?

**M. Lincoln:** Oui.

**M. Biron:** On a fait beaucoup d'efforts au cours des dernières années. Est-ce qu'il faudrait en faire plus? Il faudra toujours en faire plus. Dans mon cas, en tout cas, je ne serai jamais satisfait vis-à-vis de l'impact économique tant et aussi longtemps qu'il y aura des gens qui seront en chômage. Alors, on va essayer de travailler pour faire davantage pour créer des emplois. Donc, oui, il faut encore en faire davantage.

**M. Lincoln:** Oui, M. le ministre, on ne va pas parler des chômeurs. C'est une tout autre affaire. Vous avez fait beaucoup de chômeurs, en effet. Mais, ce que je vous demande, c'est: Est-ce que vous êtes d'accord avec moi si, par rapport spécifiquement à l'industrie touristique, je disais que les efforts que vous avez faits durant les dernières années n'ont pas été suffisants? Est-ce que vous êtes d'accord là-dessus?

**M. Biron:** Les efforts qu'on a faits durant les dernières années sont énormes. C'est la première fois qu'un gouvernement s'occupait activement de développement touristique. Malgré cela, il faut faire davantage. Oui, il faut toujours être plus exigeant pour créer le maximum d'emplois au Québec.

**M. Lincoln:** Je peux vous dire que ce n'est pas ma conclusion. Je la tirerais de votre "virage technologique" qui, lui-même, dit que les efforts des dernières années n'ont pas été suffisants. Vous, vous dites qu'on a fait des efforts énormes; eux, ils disent

qu'on n'a pas fait des efforts énormes. Si vous voulez lire votre propre document, allez à la page 176, vous allez voir que les efforts consentis au cours des dernières années ne sont pas suffisants, eux-mêmes l'admettent. Ne venez pas nous dire que les efforts sont énormes.

Maintenant, est-ce que vous pouvez nous dire quelle est votre stratégie de marketing? Vous avez dit que vous aviez une stratégie de marketing, que vous aviez un plan de marketing. Quel est votre plan de marketing? Je vous donne un exemple: Un slogan pour le Québec. Quel est le slogan que vous avez adopté? Est-ce qu'il y a un slogan qui est en marche? Est-ce qu'il y a un slogan qui est en marche pour le camping touristique? Quel est-il? Quand commencera-t-il?

**M. Biron:** D'abord...

**M. Lincoln:** Vous ne savez même pas quel est le slogan? Vous êtes obligé de demander cela au sous-ministre?

**M. Biron:** Non, je voulais seulement vous donner des renseignements bien précis sur certains produits concrets que nous voulons vendre, à partir d'un slogan maître, mais vendre aussi des produits concrets.

Je reviens seulement sur l'intervention que vous avez faite avant en disant que les efforts du Québec ne sont pas suffisants. Je pense qu'il faut toujours exiger plus. Moi, je suis très exigeant là-dessus. Peu importe ce que je fais, je veux toujours essayer de faire davantage, tant et aussi longtemps qu'il y aura des gens au Québec qui auront besoin de travailler. C'est dans ce sens que je dis que ce n'est pas encore suffisant, il faut en faire davantage. Mais, il faut aussi tenir compte de la conjoncture et de nos capacités de payer.

Deuxièmement, notre slogan, aux États-Unis, après de nombreuses études, après que des spécialistes dans le domaine ont fait des recherches sur le marché, il s'est avéré rentable pour vendre la différence québécoise. La différence, cela ne veut pas dire seulement la langue française, cela veut dire beaucoup de choses. J'entendais tout à l'heure le député de Louis-Hébert dire: Les gens vont au Mexique, ce n'est pas pour l'espagnol, c'est pour le soleil. Les gens vont faire quelque chose. Je suis d'accord avec lui pour le Mexique. Mais, au Québec, il n'y a pas de soleil autant qu'au Mexique, mais il y a d'autres choses à faire. Le "package" à faire au Québec, c'est à la fois faire du ski à la française... Les enquêtes qu'on a faites aux États-Unis nous prouvent que c'est payant pour le Québec, qu'on a plus de chances de créer des emplois plutôt que si on dit: Ne venez que faire du ski. Parce qu'ils peuvent faire du ski dans le Vermont

ou dans le Maine. Là, ils viennent faire du ski dans une atmosphère différente. Dans ce sens, les enquêtes qu'on a menées là-bas nous disent que c'est payant, c'est intéressant et que les gens sont intéressés à venir - ils viennent, d'ailleurs - si on fait une promotion pour la différence au Québec. À travers cela, il y a des choses à faire: Faire du ski, de la natation, de la pêche, de la chasse. C'est par des projets bien spécifiques et régionaux, avec les associations touristiques régionales, que nous faisons de la publicité pour le Québec.

Quant à la campagne touristique pour le Québec même, cela continue d'être: Prenons le tour du Québec. Il semble que cette campagne rapporte de nombreux dividendes.

**M. Lincoln:** Pourquoi, M. le ministre, vous ai-je posé la question? Pour vous démontrer que c'est à raison que je vous ai demandé le slogan. Des associations d'hôteliers, toute la gent touristique vous appelle le ministre à temps partiel. Je remarque qu'ils ont raison parce que même le slogan que je vous demande, une petite question comme celle-là, vous avez besoin de vous retourner vers le sous-ministre pour lui demander quel est ce slogan.

Je vous pose une autre question. Il est étonnant que vous ayez cité deux ou trois fois "Le virage technologique". Je vous demande une première fois si les efforts sont suffisants et vous me dites non, ils sont énormes. Je vous montre "Le virage technologique" qui dit que ce n'est pas suffisant. Je regarde encore une fois "Le virage technologique" à la page 176, ce grand livre de votre collègue, M. Bernard Landry. On parle tous les jours de ce livre "Le virage technologique", en Chambre: Actuellement, au stade de la consultation, plus la réalisation d'une campagne publicitaire coiffée du slogan "Bonjour". On fait tous ces grands fameux bouquins à des prix exorbitants pour dire que la campagne va être axée sur "Bonjour". Quand je cherche "Bonjour", je ne vois cela nulle part.

Je vous demande quel est le slogan qu'on va adopter et qui est en préparation, et vous me dites que c'est la différence. C'est le tour du Québec. Alors, pourquoi? Est-ce qu'on n'a pas fait d'étude quand on a préparé "Le virage technologique"? Est-ce que "Bonjour" ne voulait rien dire? C'est pour vous montrer de petits exemples, parce que je n'ai pas le temps. J'aurais espéré avoir plus de temps pour vous montrer que toutes vos prises de position sont faites au pied levé. On ne fait pas de plan d'ensemble. Par exemple, l'Ontario; je vais vous parler de l'Ontario. Je sais que vous devenez - excusez-moi l'expression - rouge, mais enfin, vous avez changé plusieurs fois de couleur, vous étiez bleu, vous êtes devenu bleu et

rouge, plus tard peut-être que vous deviendrez rouge, mais il faudra faire bien attention parce qu'on est plus sélectif. L'Ontario a un slogan depuis trois ans: "Ontario to discover", et en français, "l'Ontario à découvrir". C'est un slogan global qui est axé sur des politiques.

Est-ce que je peux vous poser une autre question? Je vous ai posé deux questions au sujet du "virage technologique" et vous ne saviez même pas que cet ouvrage avait inauguré "Bonjour" comme slogan de base. Vous avez été obligé de demander au sous-ministre, mais c'est impossible!

Je vais vous poser une troisième question. J'espère que cette fois vous pourrez me répondre. Combien de dépliant touristiques étalent la situation touristique, tout ce qu'il y a d'aménagement touristique au Québec? Combien de dépliant ont été publiés, distribués au Québec? Dans combien de maisons au Québec et aux États-Unis avez-vous distribué des dépliant? Avez-vous un chiffre quelconque?

**M. Biron:** La première chose ramène le député de Nelligan au "virage technologique". Cet ouvrage a été publié il y a tout près d'un an et demi maintenant.

**M. Lincoln:** Il a changé.

**M. Biron:** C'est sûr qu'il y a de l'évolution dans un slogan. Vous ne gardez pas un slogan pendant dix ans. Il y a de l'évolution en fonction du monde. Vous autres, vous voulez peut-être mettre tout le monde dans une camisole de force, pas nous.

**M. Lincoln:** Alors, la politique a changé.

**M. Biron:** Nous avons confiance au dynamisme des gens des régions, ceux des associations touristiques régionales. Vous savez? Je vais vous expliquer. Les ATR regroupent tout le monde intéressé dans le milieu touristique dans chacune des régions du Québec. Ce sont nos partenaires privilégiés.

**M. Lincoln:** Les avez-vous consultées avant d'écrire cela? Vous ne les avez pas consultées avant d'écrire cela.

**M. Biron:** Les associations touristiques régionales sont nos partenaires privilégiés. C'est avec ces gens que nous travaillons. Juste quelques titres de journaux car vous aimez cela les journaux: La saison a été bonne pour le tourisme. Le Québec hausse son budget de promotion touristique. Le boum touristique dans Charlevoix cet hiver, une saison vraiment exceptionnelle. C'est la ruée des touristes vers les régions de Charlevoix. Dans la Petite Nation, dans la

région de la Gatineau: 1982 aura été l'année du tourisme. Le tourisme se porte bien à La Tuque. Le tourisme, c'est payant, il faut s'en occuper: la Chambre de commerce de Shawinigan. Des kiosques d'information touristique avec du personnel bien renseigné.

M. le député de Nelligan...

**M. Lincoln:** Répondez à ma question, M. le ministre? Combien de dépliant...

**M. Biron:** ...partout on a des pages et des pages et des volumes complets de coupures de journal nous disant qu'il y a un effort touristique sans précédent qui s'est fait par le présent gouvernement du Québec, que cela ne s'était jamais fait avant. Les libéraux ne se préoccupaient pas du développement touristique; pour eux, le tourisme, c'était un enfant malade. Pour nous, le tourisme, c'est une industrie importante qui engendre les meilleures industries du Québec pour créer des emplois; et on s'en préoccupe.

Ce qui est établi, c'est qu'on fait la promotion globale pour le tourisme avec deux grandes portes d'entrée dont Québec et Montréal. Ensuite, on travaille avec les associations touristiques régionales pour développer leur produit de base. Nous les aidons en leur donnant des subventions, en participant avec eux à des publicités coop et en faisant en sorte que, finalement, l'ATR de Charlevoix, ou l'ATR de l'Estrie, ou celle des Laurentides, ou ainsi de suite, puissent développer leurs propres produits touristiques. Vous allez finir par comprendre que nous, on fait confiance au monde. Ce ne sont pas des machines, c'est du monde. Et nous, on a confiance en ce monde-là et au génie de ce monde-là...

(10 h 45)

**M. Lincoln:** Combien de brochures ont été distribuées par le monde?

**M. Biron:** ...alors que le Parti libéral ne fait confiance qu'à quelques technocrates. C'est seulement cela.

**M. Lincoln:** Combien de brochures ont été distribuées par le monde, le monde à qui vous faites confiance? Il y a sûrement un chiffre. Il y a sûrement une statistique. Il y a sûrement quelque chose qui nous dit qu'il y a tant de brochures touristiques qui ont été distribuées à tant de maisons, au Québec et au Canada. C'est cela, la question. Cela ne concerne pas les articles de journaux.

**M. Biron:** M. le député de Nelligan, quant au nombre exact de brochures, ce sont des dizaines et des dizaines de milliers...

**M. Lincoln:** Des dizaines de milliers?

**M. Biron:** ...de toutes sortes de

brochures. Imaginez-vous que l'ATR du pays de l'érable a une brochure, que l'ATR de Charlevoix a une brochure, que l'ATR de l'Estrie a une brochure, et ainsi de suite. Je suis prêt à vérifier...

**M. Lincoln:** Le ministère lui-même?

**M. Biron:** ...pour savoir exactement dans quelle mesure on a subventionné ou participé ou aidé à faire ou à réaliser des brochures de promotion touristique de toutes les régions du Québec, incluant celles du ministère lui-même. Je vais déposer le rapport là-dessus et vous allez être impressionné. C'est au-delà de centaines de milliers de brochures qui ont été faites.

**M. Lincoln:** D'accord. Alors, vous ne savez pas le chiffre exact. Si je vous disais que notre grande compétitrice dans le tourisme, l'Ontario, produit une brochure de 48 pages en couleur. À combien de maisons croyez-vous qu'elles sont distribuées en Ontario et aux États-Unis? Est-ce que vous pouvez me donner un chiffre quelconque?

**M. Biron:** Ce qui compte, M. le député de Nelligan...

**M. Lincoln:** Ah bon! vous ne le savez pas. Vous ne le savez pas.

**M. Biron:** Ce qui compte, ce sont les résultats.

**M. Lincoln:** Les résultats?

**M. Biron:** Les résultats, ce sont les gens qui viennent au Québec et qui y demeurent le plus longtemps possible. Je ne sais pas si vous étiez là, au début, j'avais des tableaux pour vous montrer ce que c'est. Le résultat du Québec a été meilleur que celui de l'Ontario. Au moins, dites donc qu'au Québec on réussit à faire des choses, qu'on est capable de faire des choses et bravo pour tous ceux qui font du développement touristique. Ce n'est pas seulement le gouvernement du Québec. C'est tout le monde dans le domaine touristique. Ce sont 15 000 propriétaires de PME québécoises. Ce sont au-delà de 100 000 travailleurs et travailleuses dans le domaine touristique, qui ont réussi, avec le gouvernement du Parti québécois, à développer davantage le tourisme au Québec et à créer des emplois. Dites donc bravo à ce monde-là au lieu d'essayer de les écraser.

**M. Lincoln:** On n'essaie pas de les écraser. On essaie de montrer qu'on aurait pu faire beaucoup plus avec un ministère qui s'occuperait de l'affaire, pas avec un ministre à temps partiel. Ce sont 8 000 000 de brochures de 48 pages en

couleur qui ont été distribuées en Ontario, et c'est à eux qu'on fait compétition. C'est pourquoi il y a 7 500 000 Américains qui sont venus en Ontario contre seulement 1 300 000 au Québec. C'est cela, la différence.

Maintenant, vous parlez de la loi 101 et vous dites que c'est formidable. Le conseil du tourisme a fait beaucoup de recommandations sur la loi 101. Vous-même avez accepté de faire des interventions à ce sujet. L'association des hôteliers aussi. Je vais vous poser une dernière question parce qu'il faut que je cède la parole à mon collègue. Une dernière question: Si Frank Sinatra vient dans un hôtel, disons le Queen Elizabeth, dans quelle langue a-t-on le droit d'afficher dans l'hôtel? Est-ce que vous pouvez me dire cela? Est-ce que vous le savez?

**M. Biron:** Si Frank Sinatra vient et qu'il nous emmène du monde pour faire travailler les gens du Québec, on va applaudir, on va le recevoir. Tous ces gens-là qui viennent ici...

**M. Lincoln:** Ce n'est pas la question...

**M. Biron:** ...sont les bienvenus au Québec. Les résultats le prouvent. On a une augmentation considérable si on compare avec les chiffres de l'Ontario, qui ont connu une diminution. Il me semble que vous devriez reconnaître cela...

**M. Lincoln:** Encore une fois...

**M. Biron:** ...et réaliser qu'au Québec c'est l'un des meilleurs endroits du monde où investir, particulièrement dans le domaine touristique.

**M. Lincoln:** Encore une fois, votre monde de Disneyworld... Vous ne répondez pas à la question. Je vais vous donner la réponse parce que vous ne la savez pas. La réponse est que, si Frank Sinatra vient dans un hôtel ici, on a le droit de faire une affiche en anglais, mais, si Yves Montand vient ici, on n'a pas le droit de faire une affiche en anglais, même si les Américains voulaient venir le voir. S'il y avait Johnny Halliday, qui est un artiste français et qui a un nom anglais, à ce moment-là, on se pose des questions et il faut recourir à l'Office de la langue française. Si c'est Julio Iglesias, qui est un Espagnol, il faut faire les affiches en français; on n'a pas le droit de les faire en anglais. C'est cela, notre petite bebelles de fou qui empêche le tourisme de se développer de façon rationnelle et raisonnable. C'est cela que nous disons.

**Le Président (M. Brouillet):** Un instant, s'il vous plaît. Il reste 20 minutes. Nous

allons accorder 10 minutes au député de Viger et le ministre aura 10 minutes pour terminer.

M. le député de Viger.

### Conclusion

#### M. Cosmo Maciocia

**M. Maciocia:** M. le Président, comme je le disais au début, malheureusement, c'était pour accommoder le ministre qu'on a accepté de finir cette question avec débat, ce matin à 11 h 10, même si on sait l'importance du tourisme. Je crois qu'on aura l'occasion de revenir sur cela parce que, apparemment - et la démonstration en est faite - le ministre ne connaît pas son dossier, il ne connaît rien dans le tourisme. Je peux m'appuyer sur plusieurs affirmations qu'il a faites tantôt et sur plusieurs diversions qu'il a faites pour ne pas répondre aux questions. La plus importante a été quand il a fait état que, selon une étude faite sur le marché américain, comme Boston, Chicago, New York, Providence, Washington et d'autres villes, 90% des gens étaient satisfaits de leur visite au Québec.

M. le Président, dans les 20 critères qu'on avait, comme rencontrer des gens issus d'une autre culture, d'une autre civilisation, parlant une autre langue, cela se trouvait en treizième position. Imaginez-vous à quelle position il était placé pour avoir une réponse, en treizième position sur les 20 critères.

Mais pis encore, il a dit qu'il y avait eu un sondage. Ma première question au ministre serait de lui demander ce qu'est un sondage, pour lui. Ce qu'il a fait en réalité, ce n'est pas un sondage, cela a été fait par une firme américaine auprès des Américains chez eux. D'après moi, la définition du mot "sondage" c'est de poser des questions aux gens sur des sujets précis. Ce n'est pas ce qui a été fait sur le marché américain, d'après mes informations.

On a vu tantôt, comme je le disais, que mon collègue a appelé le ministre à "temps partiel", et j'ai malheureusement entendu assez souvent aussi cette remarque des différents intervenants touristiques au Québec. On se pose vraiment la question à savoir si on est bien représenté à l'intérieur de ce ministère. Je voudrais seulement lui rappeler une remarque, publiée dans le Journal des Voyages, le 25 avril 1983 - cela fait trois semaines - dont le titre est: "Biron peut aller se rhabiller."

**Une voix:** Qui a écrit cela?

**M. Maciocia:** C'est écrit de cette façon et je cite le journal: "C'est par cette remarque peu élogieuse que trois observateurs qualifiaient l'exposé du ministre

responsable du tourisme au Québec, M. Rodrigue Biron, lors de l'annonce du salon Vacances Québec 83 qui aura lieu au complexe Desjardins du 27 avril au 1er mai. Le ministre soulignait que la création d'un emploi en tourisme ne coûte que 6000 \$ contre 1 000 000 \$ dans le secteur technologique. Alors, les 50 000 \$ qu'il a versés pour ce salon viennent de coûter au moins six emplois, disait un hôtelier des Laurentides".

Les trois spectateurs, tous impliqués à divers degrés dans la promotion du tourisme québécois, visiblement frustrés, énuméraient ainsi leurs doléances sur l'inaptitude de Biron et sa bande d'incompétents.

Il n'existe pas de programme directeur au ministère - c'est la question que je voulais poser au début, et le journal le confirme encore - pour susciter un afflux d'intérêt des Américains vers les destinations québécoises. Quand il nous parlait tantôt de skier à la française, de la publicité qu'on avait faite aux États-Unis, le ministre devrait savoir que cela a été un fiasco. Il peut nous répondre qu'il n'y a pas eu de neige, mais c'est cela, justement, l'obligation d'un ministère de prévoir. Pourquoi a-t-on investi 9 000 000 \$ cette année pour des canons à neige au mont Sainte-Anne? Pourquoi avoir dépensé des millions en promotion touristique en Amérique sans prévoir qu'il peut arriver, à un certain moment, qu'il n'y ait pas de neige? C'est cela le développement touristique, c'est prévoir que s'il n'était pas possible d'avoir ces gens ici au Québec, et ne pouvant contrôler la neige ou non au Québec, il fallait justement s'équiper vis-à-vis de cette situation. On ne s'est pas équipé. On a dépensé des millions. Les gens sont venus ici et on a eu exactement le contraire de ce qu'on attendait de ces gens-là parce que les gens qui sont venus ici cette année et qui n'ont pas trouvé de neige, à mon avis, ne reviendront plus au Québec. C'est cela, le manque de planification de la part du ministère. C'est pour cela qu'on disait que le ministre était complètement dépassé.

**Une voix:** Incompétent.

**M. Maciocia:** Pis encore. Je ne sais pas si c'est lui qui l'a choisi ou si c'est le premier ministre, mais il s'est adjoint quelqu'un qui est plus incompétent encore. Je peux comprendre que l'affaire du ministre soit plutôt l'industrie et le commerce que le tourisme mais, au moins, que l'adjoint parlementaire ait des connaissances dans ce domaine. Il ne connaît absolument rien. Il en a fait la preuve tantôt, il a parlé de tout sauf du tourisme.

Il y a au Québec actuellement plusieurs investisseurs qui sont venus au Québec proposer des projets d'investissement

touristique sans limite de budget, des investissements de millions de dollars. Ces investisseurs sont prêts à assumer tous les coûts de ces investissements. Ils demandent toutefois - et je crois que c'est logique qu'ils le demandent - une politique de développement au niveau provincial, un plan d'urbanisation touristique de la région impliquée. On n'a pas de politique de développement, comme je le disais au début. On n'a même pas un plan d'urbanisation touristique de la région où ces gens veulent s'impliquer.

C'est la même approche que pour un parc industriel. Au moment où une firme veut s'implanter dans un parc industriel, une étude est faite et un plan d'urbanisation est établi par le gouvernement. Dans le domaine touristique, il n'y en a pas. Ces gens sont prêts à investir des millions en retour de ces deux exigences. Au ministère? Rien. On n'a rien répondu à cela. On est même incapable de répondre à ces demandes.

On dit que gouverner, c'est prévoir. Mais ici, à l'intérieur du ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme, à mon avis, il n'y a aucune prévision. Je ne sais pas si le ministre a déjà eu l'occasion de s'occuper de tourisme, mais il n'a aucune compétence dans le domaine touristique. On a posé un tas de questions au ministre. Cela m'a fait rire tantôt quand le ministre a répondu à une question du député de Nelligan. Quand un ministre en est rendu au point où il doit s'appuyer sur des titres de journaux pour justifier sa politique, s'il n'a pas d'autres réponses à donner, il faut se poser des questions sur sa compétence.

Moi aussi, je peux arriver aujourd'hui et me servir des titres de journaux: "Le tourisme, revenus en baisse de 15 000 000 \$." "L'unanimité se fait pour réclamer un ministère du Tourisme." Et le ministre n'est même pas au courant, il n'est même pas compétent. "Tourisme, le Québec se fait damer le pion par l'Ontario." Est-ce que le ministre est au courant de cela, de ce qu'on en dit dans le journal Les Affaires? "Stagnation du tourisme." Ce n'est pas ce qu'on veut. Les gens du milieu touristique veulent des retombées économiques. Le tourisme est une industrie et il faut le traiter comme une industrie. Comme le disait le député de Louis-Hébert, on ne réussira pas en faisant la promotion de l'indépendance du Québec à l'étranger.

Si on regarde la publicité qui a été faite aux États-Unis pour promouvoir le ski au Québec, on voit quatre ou cinq bottines de ski qui se parlent entre elles. Imaginez-vous quelle sorte de publicité cela peut donner! Et voyons la publicité faite en Ontario. Le ministre a souvent la parole facile pour y référer quand ça fait son affaire. On voyait un skieur sur la neige poudreuse alors que nous, on avait cinq

bottines de ski qui se parlaient entre elles. Parlaient-elles français entre elles? Quelle est, en réalité, la conception même de faire ce genre de promotion touristique?

(11 heures)

M. le Président, je le répète, on aura l'occasion de retrouver le ministre. J'espère qu'il ne va pas refuser de nous accorder très prochainement un débat plus long, probablement des journées sur ce sujet. J'aimerais que le ministre soit conscient des problèmes que vit l'industrie touristique au Québec, pour lesquels il faut tout faire pour arriver à donner le maximum de nous-mêmes. Dernièrement, je lisais dans un journal que, d'ici l'an 1995, l'industrie touristique serait la plus grande industrie au monde. Il faut s'équiper en prévision de cela.

Merci, M. le Président.

**Le Président (M. Brouillet):** Très bien.

Merci, M. le député de Viger.

Il reste les dix dernières minutes pour le ministre.

**M. Biron:** M. le Président, je devrais d'abord faire une suggestion.

**M. Doyon:** M. le Président, je sais que le ministre prendra sa période de dix minutes. Je voudrais simplement que, dans sa réponse, il rende compte de la situation concernant Québec 1534-1984. Je crois que c'est assez important. Je veux simplement lui souligner la chose pour qu'on sache à quoi s'en tenir en ce qui concerne plus particulièrement l'hébergement, M. le ministre. Je voulais simplement vous souligner ceci en passant afin que vous puissiez peut-être en glisser quelques mots dans votre réponse sur ce sujet. Merci.

**Le Président (M. Brouillet):** M. le ministre.

**M. Rodrigue Biron**

**M. Biron:** D'abord, je me permettrai de faire une suggestion au député de Viger, je ne veux pas que ce soit un conseil, pour que ses informations au point de vue du développement touristique au Québec soient un peu plus précises que celles qu'il a présentement. Je lui dirai de rencontrer les principaux intervenants dans le développement touristique. Les gens des associations touristiques régionales, les gens des offices de congrès et de tourisme, les représentants des hôteliers, les représentants des restaurateurs. Une fois qu'il aura rencontré ces principaux intervenants du développement touristique, son intervention va changer complètement. Ses informations ne sont pas précises; elles sont basées...

**M. Maciocia:** M. le Président...

Le Président (M. Brouillet): M. le député, s'il vous plaît, vous ne pouvez pas intervenir pour...

M. Maciocia: Je comprends. Si cela peut être utile pour le ministre. J'ai justement rencontré tous ces gens, c'est pour cela que je parle en connaissance de cause.

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

M. Biron: M. le Président, j'ai laissé parler le député de Viger. Je lui recommande de rencontrer les associations touristiques régionales, les hôteliers, les restaurateurs, les gens de l'Office de congrès et de tourisme. Ces gens vous diront qu'il ne s'est jamais fait autant pour le développement touristique au Québec, depuis quelques années, depuis que le Parti Québécois est au pouvoir. Beaucoup de choses ont été faites sur ce sujet.

Autrefois, les gouvernements, et, en particulier, les gouvernements libéraux pouvaient laisser aller le tourisme à la va comme je te pousse. Aujourd'hui, on en fait une industrie importante. On considère cela comme une industrie et on agit avec l'industrie touristique comme si elle était très importante, car elle l'est d'ailleurs.

Plutôt que de prendre ses informations dans un journal qui s'appelle le Journal des agences de voyage où le député de Viger a noté un article tout à l'heure, un journal qui fait surtout la promotion pour faire sortir les gens du Québec, qu'on soit les moins riches possible, les plus pauvres possible pour qu'on envoie l'argent à l'extérieur. Le journaliste cité, tout à l'heure, par le député de Viger n'était même pas, selon nos informations, à la conférence de presse sur le Salon Vacances-Québec 1983, premièrement. Deuxièmement, les trois personnes qu'il cite sans les nommer - on s'aperçoit que ce ne sont vraiment pas des Québécois - sont des fossoyeurs de l'économie touristique. Quand je parle de Vacances-Québec, je préfère me fier à des journalistes qui sont véritablement indépendants, qui ne sont pas attachés avec des fossoyeurs de l'économie québécoise, des journalistes indépendants qui disent: Le Salon Vacances-Québec 1983, c'est un grand succès. Un premier grand succès et une reprise, l'an prochain, dit un autre journal. Sur cela, je crois qu'au Québec tout le monde connaît le père Marcel-Marie de la Sablonnière, le père, Sablon. Celui-ci avait accepté la présidence de ce Salon Vacances-Québec 1983. On dit dans le journal pour les organisateurs, donc incluant le père de la Sablonnière, l'Association technique du tourisme...

M. Doyon: Que fait-il au juste, M. le Président?

M. Biron: ...en collaboration avec le ministre de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme du gouvernement du Québec.

M. Doyon: C'est quoi son nom?

M. Biron: C'est un grand succès qui prouve la pertinence d'un événement orienté sur les vacances au Québec qui permettent aux familles et aux personnes de choisir ce qu'elles feront au cours de l'été. Un peu plus loin, on dit: D'ailleurs, le président honoraire du Salon, le père Marcel-Marie de la Sablonnière n'a pu s'empêcher de s'écrier, lors de la cérémonie de clôture: "Au revoir et à l'an prochain pour le Salon Vacances-Québec 1984." Ceux qui disent que le Salon Vacances-Québec a été un fiasco sont comme le petit journaliste qui, selon nos informations, n'était même pas présent à la conférence de presse, ni au Salon, apparemment, parce qu'il a rencontré quelques rouges ou quelques fossoyeurs de l'économie. J'aime mieux me fier au jugement d'un homme aussi respecté que le père de la Sablonnière qui a dit: Bravo, les actions entreprises par le gouvernement du Québec, par Vacances-Québec 1983 cela se tient, cela développe l'économie touristique. Je préfère me fier à des gens qui ont de la crédibilité au Québec qu'à d'autres qui ne sont même pas présents lorsqu'on fait des conférences de presse et qui prennent leur information à gauche ou à droite.

Deuxièmement, bien sûr que le développement touristique nous tient à coeur parce qu'on fait des actions. Les gens du milieu... Tout à l'heure mon collègue, le député de Châteauguay, vous a cité des gens de Shawinigan, des gens de l'Estrie, des gens des Laurentides, des gens de Drummondville, des gens d'un peu partout qui sont des responsables de l'association touristique régionale de leur région, des gens qui s'occupent de promotion touristique qui sont véritablement des gens sérieux et qui disent bravo, c'est excellent. On a eu la plus belle année l'an dernier sur le plan touristique. On fera encore mieux. On s'aperçoit qu'on a développé maintenant le tourisme d'une façon beaucoup plus professionnelle que par le passé. C'est tant mieux parce que dans le fond, encore une fois, ce n'est pas le gouvernement du Québec tout seul, ce sont les intervenants. C'est aux intervenants, en particulier, que je veux m'adresser pour les remercier de ce qu'ils ont fait pour le développement touristique au Québec depuis quelques années. C'est aux associations touristiques régionales, c'est aux représentants des restaurateurs et des hôteliers, c'est aux offices de tourisme et de congrès, c'est à tous ceux qui veulent développer le tourisme au Québec, qui veulent faire en sorte qu'avec l'industrie touristique, on puisse créer des emplois,

stimuler davantage nos entreprises, que je veux m'adresser pour les remercier de façon toute particulière pour l'effort qu'ils ont fait en vue du développement touristique québécois pour la collaboration et la coopération extraordinaires qu'ils ont données au cours des dernières années au gouvernement du Québec.

Un mot précis sur 1534-1984, c'est un défi important, cette course des grands voiliers. Cela s'organise assez bien à mon point de vue. Bien sûr, il y a des problèmes de parcours mais cela s'organise assez bien. C'est une corporation privée qui a été formée par des gens d'affaires de l'agglomération québécoise qui est présidée par un avocat de Québec, Me Richard Drouin, avec énormément de compétence. Cette corporation est véritablement privée. Il y a deux observateurs au conseil d'administration: un observateur délégué par le gouvernement fédéral, un observateur, le commissaire du gouvernement du Québec délégué par le gouvernement du Québec. C'est aux différents paliers de gouvernement, avec la Corporation 1534 que nous sommes à mettre en marche tout l'événement de la visite des grands voiliers au Québec. On ne veut pas que cette visite dure seulement une semaine. On voudrait que les fêtes du Saint-Laurent, les fêtes de la voile, de concert avec les différentes corporations à Gaspé, à Rimouski, à Trois-Rivières, à Beauport et ailleurs au Québec, que cela s'étende au moins sur une période de deux mois. Là-dessus, avec les administrateurs de la Corporation 1534-1984, on s'est très bien entendu. On essaie d'agencer les différents événements du Québec pour que le plus de monde possible en profite. On annonce d'avance des retombées économiques très importantes. Il y aura au-delà de 1 000 000 de visiteurs qui viendront pour la venue des grands voiliers au Québec. Je pense, malgré des accrochages techniques de parcours qui sont à peu près normaux dans l'organisation d'une cérémonie ou d'une fête aussi grandiose, je dois dire que la Corporation 1534-1984, sous la direction de son président, Me Drouin, contrôle assez bien la situation. Probablement qu'on pourrait y apporter certaines améliorations. Je veux aussi noter que la Communauté urbaine de Québec, la ville de Québec, le maire de Québec, en particulier, M. le maire Pelletier, s'impliquent très activement dans la gestion même de ces fêtes et dans la préparation de la venue des grands voiliers. Je pense qu'on a vraiment la collaboration de tous les paliers de gouvernement, inclus les paliers municipal et fédéral, avec la Corporation 1534-1984. Tous les paliers de gouvernement ont fermement décidé de laisser le leadership de l'organisation de ces fêtes à la corporation privée 1534-1984 qui agit avec beaucoup de compétence dans ce domaine.

**Le Président (M. Brouillet):** Très bien...

**M. Doyon:** Le ministre me permettra-t-il une très courte question.

**Le Président (M. Brouillet):** Une question, M. le ministre.

**M. Doyon:** Il reste une minute au ministre. M. le ministre, il y a toute la question de l'hébergement plus particulièrement. Vous venez de mentionner l'arrivée de 1 000 000 de visiteurs. Je vous souligne qu'il est important de prendre les mesures nécessaires relativement à l'hébergement. Je voudrais savoir, spécifiquement, ce qui se fait actuellement pour mettre en place un système d'hébergement visant à accueillir et à héberger ce million de visiteurs que vous dites attendre?

**M. Biron:** La corporation a prévu... Elle a elle-même formé un comité sous la responsabilité de la corporation qui va recevoir l'autorité déléguée par le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme pour accréditer des chambres dans des maisons privées. La corporation détient la banque de chambres. Les gens de l'extérieur qui viendront pourront s'adresser à quelques kiosques d'information touristique ou à quelques kiosques spécifiques de la corporation et obtenir immédiatement la réponse à savoir s'il n'y a plus de places disponibles dans les hôtels, dans les motels de la grande région, s'il y en a dans les résidences privées. Cela sera sous l'égide de la corporation, d'un comité, avec l'aide de fonctionnaires prêtés par le ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme qui vont essayer de gérer le mieux possible cette banque de chambres.

**M. Maciocia:** Le ministre nous avait promis tantôt qu'il nous donnerait une copie de la lettre d'Air Canada. Est-ce que le ministre peut nous la donner?

**M. Biron:** Oui, j'en ai une copie que je vous remettrai.

**Le Président (M. Brouillet):** Très bien. Alors merci, mesdames, messieurs. La commission a accompli le mandat qui lui a été confié. Elle ajourne ses travaux sine die.

(Fin de la séance à 11 h 11)