

TOURISME

ÉTUDE DES CRÉDITS

1996-1997

Renseignements généraux demandés par
l'opposition

TOURISME

ÉTUDE DES CRÉDITS

1996-1997

Renseignements généraux demandés par
l'opposition



TOURISME

PROGRAMME 04 - PROMOTION ET DÉVELOPPEMENT DU TOURISME

ÉTUDE DES CRÉDITS 1996-1997

Demande de renseignements généraux de l'Opposition officielle

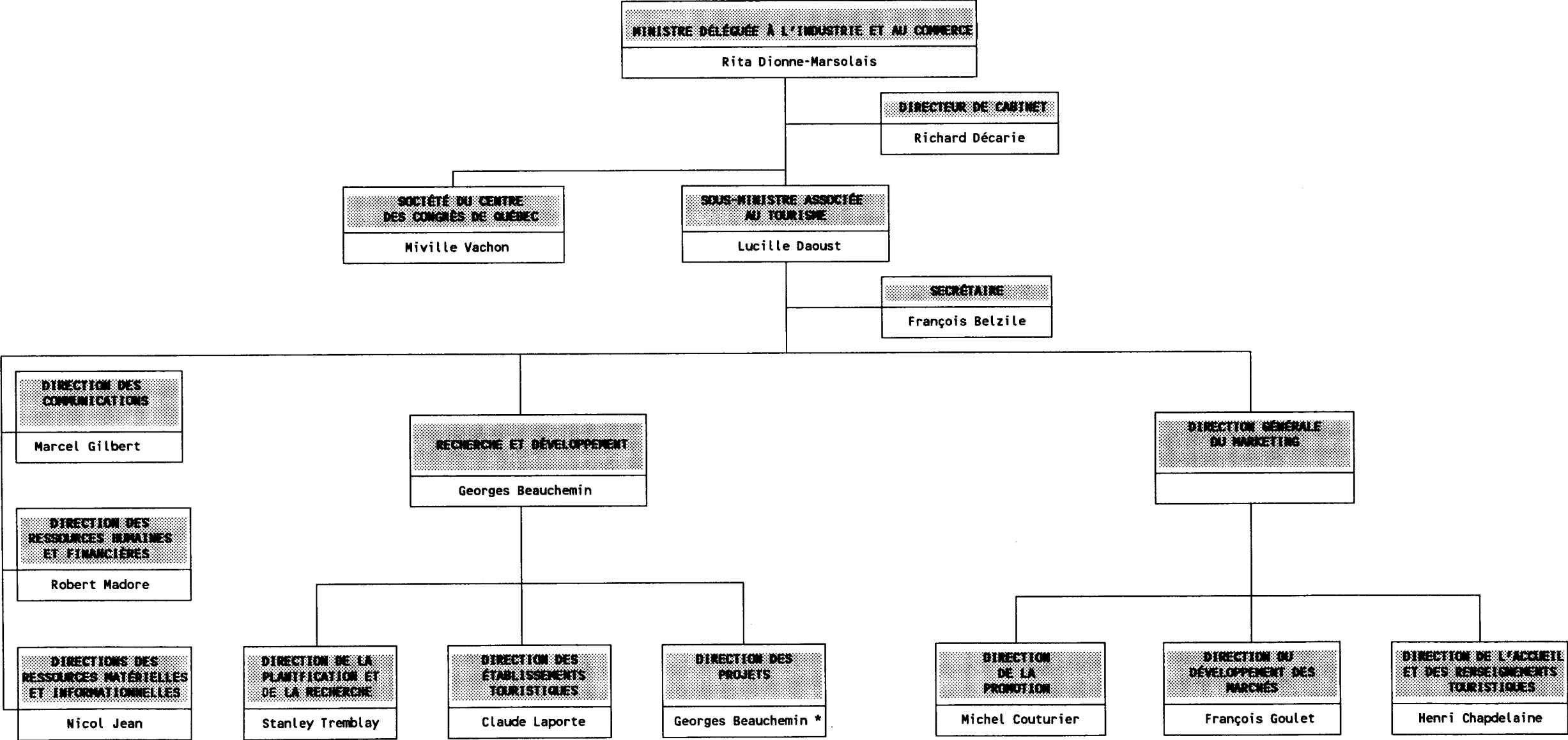
Renseignements généraux

	PAGE
1. Organigramme du Tourisme	1
2. Publications du Tourisme	2
3. Voyages hors du Québec depuis le 1er avril 1995	4
4. Liste des dépenses en publicité et des articles promotionnels	24
5. Sondages effectués en 1995-1996	26
6. Études commandées en 1995-1996	26
7. Contrats de services professionnels inférieurs à 25 000 \$	27
8. Contrats qui ont fait l'objet d'un versement supplémentaire depuis le 1er avril 1995	32
9. Dépenses de photocopie, télécommunication, mobilier, fournitures ..., voyages et sessions de perfectionnement en 1995-1996	33
10. Liste des véhicules fournis	34
11. Cotisations payées par l'employeur à des corporations professionnelles ou à des clubs privés.....	35
12. Répartition du personnel masculin et féminin, des jeunes de moins de 30 ans, des personnes handicapées, anglophones, autochtones et des communautés culturelles	36
13. Nombre de jours de congé de maladie, d'heures supplémentaires et de jours de vacances pris par le personnel	37
14. Renseignements sur l'effectif du Tourisme	38
15. Liste des baux	40
16. Location d'espaces	40

Renseignements généraux (suite)

	PAGE
17. Contrats attribués à des firmes de communication, de recherche ou de relations publiques	40
18. Liste des tarifs (droits et permis) en vigueur pour l'exercice financier 1995-1996	40
19. Personnel du Cabinet de la ministre en 1995-1996	41
20. Personnel de la suite sous-ministérielle en 1995-1996	41
21. Subventions versées à même le budget discrétionnaire de la Ministre	42
22. Crédits périmés 1995-1996	45
23. Transferts obtenus du gouvernement fédéral en 1995-1996	45
24. Bilan à jour des mesures du Plan stratégique du Grand Montréal	45
25. Liste du personnel libéré ou embauché pour les activités référendaires ou préréférendaires	46
26. Liste du personnel libéré pour les négociations dans la fonction publique	46
27. Liste du personnel en disponibilité	46
28. Liste du personnel rémunéré qui n'occupe aucun poste	46
29. Liste du personnel rémunéré par le ministère et affecté à des organismes parapublics non gouvernementaux	46
30. Liste du personnel rémunéré par des organismes parapublics non gouvernementaux affecté au ministère	46
31. Liste des cadres et hauts fonctionnaires qui ont démissionné, qui ont été réaffectés ou mis à pied	46
32. Liste du personnel qui reçoit une double rémunération	46

TOURISME QUÉBEC



* par intérim

2 - PUBLICATIONS RÉGULIÈRES (1995-1996)

Identification	Imprimerie	Coût	Tirage
<u>Brochures</u>			
Vacances Québec	Imprimerie Transcontinental	197 490,00 \$	600 000
Hébergement Québec	Imprimerie Transcontinental	88 380,00 \$	320 000
Québec Fishing and Hunting Packages 1996-1997	Imprimerie Interweb	57 100,00 \$	100 000
Québec Au Pays de la motoneige	Imprimerie La Renaissance	10 819,00 \$	60 000
Québec Adventure Unlimited	Imprimerie Transcontinental	5 000,00 \$	5 000
Le Tourisme au Québec en 1993. Une réalité économique importante	Reproduction de Québec Inc. et Imprimerie le Laurentien	4 491,92 \$	2 000
La fréquentation des établissements hôteliers du Québec de 1983 à 1994	Reproduction de Québec Inc.	3 220,00 \$	1 000
Les touristes américains au Québec de 1990 à 1993	Reproduction de Québec Inc.	2 537,20 \$	800
Les touristes américains au Québec de 1990 à 1994	Reproduction de Québec Inc.	2 434,20 \$	800
La fréquentation des terrains de camping du Québec durant l'été 1995	Reproduction de Québec Inc. et Litho-Chic	3 004,63 \$	1 200
Les touristes des pays autres que les États-Unis au Québec. 1990 à 1993	Reproduction de Québec Inc. et Imprimerie le Laurentien	2 245,36 \$	800
Les touristes des pays autres que les États-Unis au Québec. 1990 à 1994	Reproduction de Québec Inc. et Imprimerie le Laurentien	2 142,36 \$	800
La clientèle provenant de la France venue au Québec en 1994	Reproduction de Québec Inc. et Imprimerie le Laurentien	1 685,76 \$	500

2 - PUBLICATIONS RÉGULIÈRES (1995-1996)

Identification	Imprimerie	Coût	Tirage
<u>Dépliants</u>			
Manifestations touristiques été 1995	Imprimerie Transcontinental	27 950,00 \$	605 000
Manifestations touristiques hiver 1995-1996	Imprimerie Transcontinental	16 972,00 \$	947 000
Québec Canada (dépliant d'appel)	Imprimerie La Renaissance	23 376,00 \$	185 000
Hébergement Québec (feuillet erratum)	Imprimerie VDL	10 442,00 \$	320 000
On the Road in Québec	Imprimerie Transcontinental	5 500,00 \$	70 000
<u>Divers</u>			
Le Bulletin touristique trimestriel	Imprimerie le Laurentien	2 040,00 \$	4 000
<u>Circuit habituel de distribution:</u>			
Tourisme Québec Maisons du tourisme Associations touristiques régionales Délégations du Québec Clubs automobiles Québec et hors du Québec Ministère de l'Environnement et de la Faune (Direction marketing et communications) Services gouvernementaux (Communication-Québec) Ministères provinciaux et fédéraux Transports Canada (comptoir de renseignements)		Agences de voyages du Québec et hors du Québec Grossistes en voyages du Québec et hors du Québec Centres d'information touristique et chambres de commerce du Québec et hors du Québec Congrès au Québec et hors du Québec Compagnies de location d'automobile Compagnies de transports du Québec et hors du Québec Caravanes Québec et hors du Québec Cégep, Collèges et Universités du Québec et hors du Québec	

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
BELANGER, MARC (TECHNICIEN EN INFORMATIQUE)	710215	CANADA VANCOUVER, COLOMBIE-BRITANNIQUE	95-12-09 AU 95-12-14	RENCONTRER LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS OPÉRANT LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES ET DE RÉSERVATIONS POUR RECUEILLIR L'INFORMATION STRATÉGIQUE AFIN D'ÊTRE PLUS EN MESURE D'ÉLABORER UN APPEL DE PROPOSITIONS ET D'ÉVALUER LES PROPOSITIONS ÉVENTUELLES DE PARTENARIAT REÇUES PAR TOURISME QUÉBEC ET D'ORIENTER LES EFFORTS DE RATIONALISATION.	LES RENCONTRES AVEC LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS ONT PERMIS DE SE FAMILIARISER AVEC LES PROCESSUS DE MISE EN PLACE ET D'OPÉRATION DE LA CENTRALE DE RÉSERVATIONS ET DE RECUEILLIR DIVERSES INFORMATIONS SUR PLUSIEURS SUJETS CONNEXES.	1641.96
BELANGER, MARC (TECHNICIEN EN INFORMATIQUE)	710224	CANADA TORONTO	96-01-15 AU 96-01-16	RENCONTRER LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS OPÉRANT LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES ET DE RÉSERVATIONS POUR RECUEILLIR L'INFORMATION STRATÉGIQUE AFIN D'ÊTRE PLUS EN MESURE D'ÉLABORER UN APPEL DE PROPOSITIONS ET D'ÉVALUER LES PROPOSITIONS ÉVENTUELLES DE PARTENARIAT REÇUES PAR TOURISME QUÉBEC ET D'ORIENTER LES EFFORTS DE RATIONALISATION.	LES RENCONTRES AVEC LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS ONT PERMIS DE SE FAMILIARISER AVEC LES PROCESSUS DE MISE EN PLACE ET D'OPÉRATION DE LA CENTRALE DE RÉSERVATIONS ET DE RECUEILLIR DIVERSES INFORMATIONS SUR PLUSIEURS SUJETS CONNEXES.	723.87
BOUFFARD, JEAN (CONSEILLER EN TOURISME À NEW-YORK)	503117	CANADA HALIFAX	95-05-06 AU 95-05-11	REPRÉSENTER LES DÉLÉGATIONS DU QUÉBEC À L'ÉTRANGER À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA, ENCADRER LEURS ACHETEURS DU PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS RESPECTIFS ET FACILITER LES RENCONTRES ENTRE LES VENDEURS QUÉBÉCOIS ET LES ACHETEURS (GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS).	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A, 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50 %.	1050.00
BRODEUR, NICOLE ADRIENNE (ATTACHÉE DE PRESSE)	504065	ÉTATS-UNIS BOSTON	95-04-24 AU 95-04-26	ACCOMPAGNER LA MINISTRE DANS LE CADRE D'UNE MISSION EFFECTUÉE À BOSTON À L'OCCASION D'UNE TABLE RONDE SUR LE THÈME "QUEBEC AND CANADA POLITICAL AND ECONOMIC CHALLENGES IN A CHANGING WORLD".	REPRÉSENTATION GOUVERNEMENTALE (DE LA MINISTRE DÉLÉGUÉE) À UNE TABLE-RONDE ÉCONOMIQUE; RÉSULTATS: RELATIONS DE PRESSE ET DE COMMUNICATION, PERMETTANT D'ASSURER UN SOUTIEN PROFESSIONNEL À LA MINISTRE.	1188.98

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
CLUZEAU, PATRICK (A.RECHER. PLANIF.SOCIO-ÉCONOMIQUE)	144570	CANADA ST-JEAN (TERRE-NEUVE)	95-10-18 AU 95-10-22	PARTICIPER À LA RÉUNION DES COMITÉS EVC (ENQUÊTES SUR LES VOYAGES DES CANADIENS) ET EVI (ENQUÊTE SUR LES VOYAGES INTERNATIONAUX) AINSI QUE LA RÉUNION DU GROUPE DE TRAVAIL SUR LA RECHERCHE EN TOURISME RÉUNISSANT DES REPRÉSENTANTS DES DIRECTIONS DE RECHERCHE DES MINISTÈRES DU TOURISME DE CHAQUE PROVINCE, DE TOURISME CANADA, DE PARCS CANADA, DE L'INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME ET DE REPRÉSENTANTS DE L'INDUSTRIE.	PARTICIPER À UN ÉCHANGE DE RENSEIGNEMENTS SUR LES SUITES À DONNER AUX RECOMMANDATIONS DÉCOULANT DE LA "SEARCH CONFERENCE" ORGANISÉE PAR L'INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME, LES AVENUES POUR AMÉLIORER LES ENQUÊTES SUR LES VOYAGES DES CANADIENS ET LES VOYAGES INTERNATIONAUX, LE PROGRAMME TRIENNAL DE RECHERCHE DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME (CCT) ET DE SES PARTENAIRES ET LES PROJETS DE RECHERCHE NON SOLLICITÉS PAR LA CCT TEL CELUI D'ENVIRONNEMENT CANADA SUR LES ACTIVITÉS EN MILIEU NATUREL.	1615.71
CLUZEAU, PATRICK (A.RECHER. PLANIF.SOCIO-ÉCONOMIQUE)	144706	CANADA TORONTO	96-02-07 AU 96-02-09	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL SUR LA RECHERCHE EN TOURISME RÉUNISSANT DES REPRÉSENTANTS DES DIRECTIONS DE RECHERCHE DES MINISTÈRES DU TOURISME CANADA, DE STATISTIQUE CANADA, DE PARCS CANADA ET DE L'INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME (ICRT).	PARTICIPER À UN ÉCHANGE DE RENSEIGNEMENTS SUR LES MODIFICATIONS À APPORTER AU PLAN 1997-1998 DU COMITÉ DE LA RECHERCHE DE LA CCT, SUR LES TRAVAUX EN COMMUN ENTRE LE COMITÉ DE LA RECHERCHE ET LE COMITÉ DE MISE EN VALEUR DU PRODUIT TOURISTIQUE, SUR LE FINANCEMENT DE L'ENQUÊTE SUR LES VOYAGES DES CANADIENS 1996, SUR LA MISE À JOUR D'INDICATEURS TOURISTIQUES NATIONAUX DANS LE CADRE DES TRAVAUX DU COMPTE SATELLITE, SUR UNE ANALYSE COMPARATIVE DE LA PERFORMANCE DU CANADA PAR RAPPORT AUX PRINCIPALES DESTINATIONS TOURISTIQUES MONDIALES, SUR LA BASE DE DONNÉES DÉVELOPPÉE PAR LE GROUPE WEFA POUR TOURISME ONTARIO ET SUR DES PROPOSITIONS D'ACTION DE L'INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME.	949.54
DAOUST, LUCILLE (DIRECTRICE GÉNÉRALE DU MARKETING)	144337-S	CANADA HALIFAX	95-05-10 AU 95-05-11	ASSISTER À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA ET PARTICIPER AU COMITÉ EXÉCUTIF DES ÉTATS-UNIS DE TOURISME CANADA AFIN DE DISCUTER DU PLAN D'AFFAIRES ET DES CAMPAGNES PUBLICITAIRES PRINTEMPS/ÉTÉ 1995.	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A., 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST DE 30 À 50 %.	1032.39

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
DAOUST, LUCILLE (DIRECTRICE GÉNÉRALE DU MARKETING)	144411	CANADA TORONTO	95-07-04 AU 95-07-06	PARTICIPER AU COMITÉ EXÉCUTIF ET AU COMITÉ ÉLARGI DES ÉTATS-UNIS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME AFIN DE DISCUTER DE LA PROGRAMMATION 1995-1996.	OBTENTION D'UN MILLION \$ DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME AFIN DE SOUTENIR LE PROGRAMME PROMOTIONNEL DE TOURISME QUÉBEC SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN EN 1995-1996.	801.07
DAOUST, LUCILLE (DIRECTRICE GÉNÉRALE DU MARKETING)	144633	CANADA TORONTO	95-12-14 AU 95-12-15	PARTICIPER AU COMITÉ EXÉCUTIF DES ÉTATS-UNIS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME (CCT) AFIN DE DISCUTER DE LA PROGRAMMATION 1996-1997 ET UNE RÉUNION ENTRE DIVERS PARTENAIRES ET LES REPRÉSENTANTS DE LA CCT AFIN DE DISCUTER DES MODALITÉS OPÉRATIONNELLES ET DES DIFFÉRENTS PLANS GÉOGRAPHIQUES DE LA CCT.	OBTENTION DE 2,2 MILLIONS \$ DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME AFIN DE SOUTENIR LE PROGRAMME PROMOTIONNEL DE TOURISME QUÉBEC SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN 1996-1997.	713.41
DAOUST, LUCILLE (DIRECTRICE GÉNÉRALE DU MARKETING)	144685	CANADA TORONTO	96-02-12 AU 96-02-13	PARTICIPER AU COMITÉ EXÉCUTIF DES ÉTATS-UNIS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME AFIN DE DISCUTER DE LA PROGRAMMATION 1996-1997.	OBTENTION DE 875 000\$ DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME EN APPUI AUX PROGRAMMES PROMOTIONNELS DE L'OFFICE DES CONGRÈS ET DU TOURISME GRAND MONTRÉAL ET DE L'OFFICE DU TOURISME ET DES CONGRÈS DE LA COMMUNAUTÉ URBAINE DE QUÉBEC 1996-1997.	754.83
DAOUST, LUCILLE (DIRECTRICE GÉNÉRALE DU MARKETING)	510127	FRANCE PARIS	95-11-03 AU 95-11-10	PARTICIPER À LA MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS DANS LE BUT DE FAIRE LA PROMOTION DU QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE PAR LA PRÉSENTATION DE CIRCUITS ET SÉJOURS URBAINS LORS DE LA BOURSE DE VOYAGE "ATELIER CANADA" DU 7 AU 10 NOVEMBRE 1995.	OPÉRATION MAJEURE ANNUELLE POUR CLIENTÈLE FRANÇAISE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. ATELIER CANADA EST L'ACTIVITÉ LA PLUS IMPORTANTE À LAQUELLE PARTICIPENT PLUS DE 150 DÉLÉGUÉS QUÉBÉCOIS CAR LE QUÉBEC OCCUPE 85 % DU MARCHÉ DES TOURISTES FRANÇAIS AU CANADA.	2157.90
DECARIE, RICHARD (DIRECTEUR DU CABINET)	511076	ÉTATS-UNIS NEW-YORK/BOSTON	95-11-12 AU 95-11-16	ACCOMPAGNER LA MINISTRE LORS DU LANCEMENT DES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES DE TOURISME QUÉBEC SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN.	SUCCÈS DES LANCEMENTS DES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN; PRÉSENCE MÉDIATIQUE DES PRINCIPAUX MAGAZINES CIBLÉS PERMETTANT D'OPTIMISER LES RETOMBÉES TOURISTIQUES POUR LE QUÉBEC. RÉSULTATS: RELATIONS DE PRESSE ET DE COMMUNICATION ACCENTUANT LA CRÉDIBILITÉ DE LA DESTINATION "QUÉBEC".	1011.51

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
DESROCHERS, NICOLE (CHEF DU SERVICE DE RENSEIGNEMENTS)	710213	CANADA VANCOUVER	95-12-09 AU 95-12-14	RENCONTRER LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS OPÉRANT LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES ET DE RÉSERVATIONS POUR RECUEILLIR L'INFORMATION STRATÉGIQUE AFIN D'ÊTRE PLUS EN MESURE D'ÉLABORER UN APPEL DE PROPOSITIONS ET D'ÉVALUER LES PROPOSITIONS ÉVENTUELLES DE PARTENARIAT REÇUES PAR TOURISME QUÉBEC ET D'ORIENTER LES EFFORTS DE RATIONALISATION.	LES RENCONTRES AVEC LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS ONT PERMIS DE SE FAMILIARISER AVEC LES PROCESSUS DE MISE EN PLACE ET D'OPÉRATION DE LA CENTRALE DE RÉSERVATIONS. DE PLUS, LA VISITE A PERMIS DE RECUEILLIR DIVERSES INFORMATIONS SUR PLUSIEURS SUJETS CONNEXES. UN RAPPORT DÉTAILLÉ A ÉTÉ PRODUIT.	1451.21
DESROCHERS, NICOLE (CHEF DU SERVICE DE RENSEIGNEMENTS)	710214	CANADA HALIFAX	95-12-05 AU 95-12-07	RENCONTRER LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS OPÉRANT LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES ET DE RÉSERVATIONS POUR RECUEILLIR L'INFORMATION STRATÉGIQUE AFIN D'ÊTRE PLUS EN MESURE D'ÉLABORER UN APPEL DE PROPOSITIONS ET D'ÉVALUER LES PROPOSITIONS ÉVENTUELLES DE PARTENARIAT REÇUES PAR TOURISME QUÉBEC ET D'ORIENTER LES EFFORTS DE RATIONALISATION.	LES RENCONTRES AVEC LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS ONT PERMIS DE SE FAMILIARISER AVEC LES PROCESSUS DE MISE EN PLACE ET D'OPÉRATION DE LA CENTRALE DE RÉSERVATIONS. DE PLUS, LA VISITE A PERMIS DE RECUEILLIR DIVERSES INFORMATIONS SUR PLUSIEURS SUJETS CONNEXES. UN RAPPORT DÉTAILLÉ A ÉTÉ PRODUIT.	1202.08
DESROCHERS, NICOLE (CHEF DU SERVICE DE RENSEIGNEMENTS)	710225	CANADA TORONTO	96-01-15 AU 96-01-16	RENCONTRER LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS OPÉRANT LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES ET DE RÉSERVATIONS POUR RECUEILLIR L'INFORMATION STRATÉGIQUE AFIN D'ÊTRE PLUS EN MESURE D'ÉLABORER UN APPEL DE PROPOSITIONS ET D'ÉVALUER LES PROPOSITIONS ÉVENTUELLES DE PARTENARIAT REÇUES PAR TOURISME QUÉBEC ET D'ORIENTER LES EFFORTS DE RATIONALISATION.	LES RENCONTRES AVEC LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS ONT PERMIS DE SE FAMILIARISER AVEC LES PROCESSUS DE MISE EN PLACE ET D'OPÉRATION DE LA CENTRALE DE RÉSERVATIONS. DE PLUS, LA VISITE A PERMIS DE RECUEILLIR DIVERSES INFORMATIONS SUR PLUSIEURS SUJETS CONNEXES. UN RAPPORT DÉTAILLÉ A ÉTÉ PRODUIT.	623.41
DUMONT, FRANCE (PRÉPOSÉE AUX RENSEIGNEMENTS)	510136	BELINUX BELGIQUE/NAMUR	95-11-24 AU 95-12-10	PARTICIPER À UN STAGE DE COOPÉRATION (AGENCE QUÉBEC-WALLONIE/BRUXELLES POUR LA JEUNESSE).	CE STAGE A PERMIS D'EXPORTER NOTRE SAVOIR-FAIRE EN MATIÈRE D'ACCUEIL TOURISTIQUE, NOTAMMENT EN TECHNIQUE D'ACCUEIL. LE STAGE A DONNÉ L'OCCASION DE RENCONTRER DE NOMBREUX INTERVENANTS OEUVRANT DANS LE DOMAINE TOURISTIQUE DANS LA COMMUNAUTÉ FRANCOPHONE DE BELGIQUE. PLUSIEURS INTERLOCUTEURS NOUS ONT FOURNI DES RENSEIGNEMENTS SUR LEUR PROPRE FONCTIONNEMENT. UN RAPPORT DÉTAILLÉ A ÉTÉ PRODUIT.	776.22

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
GAGNON, SIEGFRIED (RESP. REL. PRESSE EN CHASSE/PÊCHE)	710219	ÉTATS-UNIS WORCESTER	96-01-31 AU 96-02-05	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1285.06
GAGNON, SIEGFRIED (RESP. REL. PRESSE EN CHASSE/PÊCHE)	710221	ÉTATS-UNIS WEST-SPRINGFIELD	96-02-21 AU 96-02-26	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉS DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1619.07
GAGNON, SIEGFRIED (RESP. REL. PRESSE EN CHASSE/PÊCHE)	710222	CANADA TORONTO	96-02-15 AU 96-02-19	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1044.81
GATIEN, CAROLE-C (CONS. TOURIS. SERV. REPRÉS. INTERN.)	710189	CANADA TORONTO	95-04-10 AU 95-04-12	PARTICIPER À L'ASSEMBLÉE ANNUELLE DE L'ASSOCIATION CANADIENNE DES CONGRÈS ET DES VOYAGES DE MOTIVATION (CITAC).	RÉUNION SUR LES TENDANCES DU MARCHÉ POUR LE PRODUIT CONGRÈS ET LES NOUVELLES APPROCHES POUR FACILITER ET AUGMENTER LA TENUE DE RÉUNIONS AU CANADA.	1024.02
GATIEN, CAROLE-C (CONS. TOURIS. SERV. REPRÉS. INTERN.)	710191	CANADA TORONTO	95-05-29 AU 95-05-31	PARTICIPER À UN SÉMINAIRE SUR INTERNET, AFIN D'INFORMER ET DE DÉMYSTIFIER CETTE APPROCHE AUPRÈS DE NOS PARTENAIRES DANS LE CADRE DE LA FORMATION QUI LEUR EST DONNÉE, EN PRÉPARATION DE LA PARTICIPATION AUX BOURSES ET FOIRES ORGANISÉES PAR TOURISME QUÉBEC.	SÉMINAIRE COUVRANT LES DIVERS ASPECTS À CONSIDÉRER PAR L'IMPLANTATION DE L'INTERNET. PAR LA SUITE, UNE PRÉSENTATION SYNTHÈSE DU SÉMINAIRE A ÉTÉ FAITE AUX CADRES DE TOURISME QUÉBEC, DEUX PRÉSENTATIONS ONT ÉTÉ FAITES AUX EMPLOYÉS DE TOURISME QUÉBEC ET UNE PRÉSENTATION À L'INDUSTRIE LORS DE LA BOURSE BIENVENUE QUÉBEC.	2051.57
GATIEN, CAROLE-C (CONS. TOURIS. SERV. REPRÉS. INTERN.)	710199	CANADA HALIFAX	95-09-21 AU 95-09-25	PROMOUVOIR LA PRATIQUE DU SKI ET LE SÉJOUR D'HIVER AU QUÉBEC LORS DU SALON CONSOMMATEUR "SKI ATLANTIC SHOW" À HALIFAX OÙ PARTICIPENT 12 ORGANISMES QUÉBÉCOIS.	PLUS DE 600 000 TOURISTES CANADIENS, DE TOUTES LES PROVINCES, VIENNENT AU QUÉBEC L'HIVER.	1607.32

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
GATIEN, CAROLE-C. (CONS.TOURIS.SERV.REPRÉS.INTERN.)	503129	ÉTATS-UNIS NEW-YORK	95-04-07 AU 95-04-08	CONDUIRE UNE MISSION DE 15 VENDEURS PRÉSENTS À UN QUÉBEC DAY À NEW-YORK LE 7 AVRIL 1995, À L'INTENTION DES ORGANISATEURS DE CONGRÈS, RÉUNIONS D'AFFAIRES ET VOYAGES DE MOTIVATION, OÙ 90 REPRÉSENTANTS D'ASSOCIATIONS DE FIRMES AMÉRICAINES ÉTAIENT ATTENDUS, AFIN DE POSITIONNER LE QUÉBEC COMME LIEU DE CONGRÈS ET OBTENIR LA TENUE DE PROCHAINS CONGRÈS.	420 000 TOURISTES DU CANADA AU QUÉBEC POUR VOYAGES D'AFFAIRES EN 1992.	825.04
GATIEN, CAROLE-C. (CONS.TOURIS.SERV.REPRÉS.INTERN.)	505144	ÉTATS-UNIS WATERFORD	95-06-02 AU 95-06-04	PARTICIPER À LA PROMOTION D'ÉTÉ DANS LES CENTRES COMMERCIAUX DE LA NOUVELLE-ANGLETERRE ET DE L'ÉTAT DE NEW-YORK "1995 MALL PROMOTION" ET SUPERVISER LE TRAVAIL DANS LE KIOSQUE DE TOURISME QUÉBEC.	PROMOTION DIRECTE, DANS UN CENTRE COMMERCIAL, AUPRÈS DES CONSOMMATEURS AMÉRICAINS POUR POSITIONNER LE QUÉBEC COMME DESTINATION POUR LA SAISON ÉTÉ 1995.	791.53
GIRARDVILLE, JEAN-MARIE (DÉLÉGUÉ TOURISTIQUE)	710202	CANADA OTTAWA	95-09-29 AU 95-10-01	REMISE DES PRIX "COLLECTIVITÉS EN FLEURS" AUX MUNICIPALITÉS PARTICIPANTES	PREMIÈRE COMPÉTITION INTERPROVINCIALE. LE QUÉBEC A ÉTÉ LAURÉAT DU PRIX CANADIEN DES VILLES DE 5 000 À 30 000 HABITANTS.	559.81
GOSSELIN, DENIS (CHEF DU SERVICE DE LA LOGISTIQUE)	508082	ÉTATS-UNIS CHICAGO	95-09-15 AU 95-09-22	DIRIGER UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS ET COORDONNER LA PRÉSENCE DE CE REGROUPEMENT LORS DU "INCENTIVE TRAVEL MEETING EXECUTIVES" (IT&ME) À CHICAGO QUI ATTIRE PLUS DE 12 000 ACHETEURS ET INTERMÉDIAIRES (AGENCES DE MOTIVATION AMÉRICAINES QUI UTILISENT LE VOYAGE MOTIVATION). MONTAGE DES KIOSQUES ET ORCHESTRATION DES ACTIVITÉS AVEC LES VENDEURS QUÉBÉCOIS.	SIGNATURE DE CONTRATS SUR PLACE ET OPPORTUNITÉS FUTURES À SUIVRE. DÉPENSE PAR JOUR, POUR CETTE CLIENTÈLE, LA PLUS ÉLEVÉE ET SOUVENT EN BASSE SAISON. 313 MILLIONS \$ DE RETOMBÉES EN 1993.	2158.18
GOSSELIN, DENIS (CHEF DU SERVICE DE LA LOGISTIQUE)	710185	CANADA HALIFAX	95-05-05 AU 95-05-11	REPRÉSENTER TOURISME QUÉBEC À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA ET ENCADRER LES 75 VENDEURS DE PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS QUI RENCONTRENT AU DELÀ DE 350 GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS.	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A., 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50%.	971.17

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
GOSSELIN, DENIS (CHEF DU SERVICE DE LA LOGISTIQUE)	710187	CANADA HALIFAX	95-04-03 AU 95-04-04	RENCONTRER LES HÔTELIERS OÙ SÉJOURNENT LES 325 GROSSISTES EN VOYAGES LORS DE LA BOURSE RENDEZ-VOUS CANADA ET METTRE SUR PIED LA PROMOTION DE TOURISME QUÉBEC QUI CONSISTE À OFFRIR LES PETITS DÉJEUNERS AUX CHAMBRES DU 8 AU 10 MAI 1995.	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A., 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER. C'EST DE 30 À 50 %.	605.11
GOSSELIN, DENIS (CHEF DU SERVICE DE LA LOGISTIQUE)	710195-S	CANADA EDMONTON	95-07-27 AU 95-08-01	SUPERVISER UNE ÉQUIPE DE MONTAGE DES 18 KIOSQUES DU REGROUPEMENT D'INTERVENANTS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE QUÉBÉCOISE AU CONGRÈS ANNUEL DE LA SOCIÉTÉ CANADIENNE DES DIRECTEURS D'ASSOCIATIONS (SCDA) À EDMONTON, (31 JUILLET AU 2 AOÛT 1995). COORDONNER L'AMÉNAGEMENT ET LIVRER UN CONCEPT "CLÉ EN MAINS".	420 000 TOURISTES DU CANADA AU QUÉBEC POUR VOYAGES D'AFFAIRES EN 1992.	1626.12
GOSSELIN, DENIS (CHEF DU SERVICE DE LA LOGISTIQUE)	710198	ÉTATS-UNIS WASHINGTON	95-08-11 AU 95-08-15	COORDONNER LA PRÉSENCE DU REGROUPEMENT QUÉBÉCOIS AU CONGRÈS ANNUEL DE "L'AMERICAN SOCIETY ASSOCIATION EXECUTIVES" (ASAE) À WASHINGTON. MONTAGE DES KIOSQUES ET ORCHESTRATION DES ACTIVITÉS AVEC LES VENDEURS QUÉBÉCOIS (SÉCURITÉ ET RAPPORT AVEC LES FOURNISSEURS).	SIGNATURE DE CONTRATS SUR PLACE ET OPPORTUNITÉS FUTURES À SUIVRE. DÉPENSE PAR JOUR, POUR CETTE CLIENTÈLE, LA PLUS ÉLEVÉE ET SOUVENT EN BASSE SAISON. 313 MILLIONS \$ DE RETOMBÉES EN 1993.	1581.85
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	144362	CANADA TORONTO	95-06-09 AU 95-06-09	PARTICIPER, AVEC LES REPRÉSENTANTS DES PROVINCES CANADIENNES, À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME POUR PARACHEVER LE PLAN D'ACTION EUROPÉEN 1995-1996 EN MATIÈRE DE PROMOTION ET DE COMMERCIALISATION TOURISTIQUE.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS.	505.86
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	144413	CANADA TORONTO	95-06-29 AU 95-06-29	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, SECTEUR DU MARCHÉ EUROPÉEN.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS.	554.22
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	144496	CANADA TORONTO	95-08-28 AU 95-08-28	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, SECTEUR DU MARCHÉ EUROPÉEN.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS.	513.46

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	144631	CANADA TORONTO	95-11-24 AU 95-11-24	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, SECTEUR DU MARCHÉ EUROPÉEN.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS.	530.61
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	144639	CANADA TORONTO	95-12-14 AU 95-12-14	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME.	RÉUNION SPÉCIALE POUR RÉGLER CONFLIT AVEC LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME (CCT) CONCERNANT LA CONTRIBUTION FÉDÉRALE AUX ACTIVITÉS DES PROVINCES.	409.69
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	144672	CANADA TORONTO	96-01-18 AU 96-01-18	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, SECTEUR DU MARCHÉ EUROPÉEN.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS.	505.86
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	504101	ÉTATS-UNIS BOSTON	95-04-05 AU 95-04-05	RENCONTRER LE DÉLÉGUÉ RÉGIONAL DU QUÉBEC À BOSTON, M. PIERRE NADEAU, POUR L'INFORMER DU PLAN D'ACTIVITÉS DE TOURISME QUÉBEC EN NOUVELLE-ANGLETERRE EN 1995-1996 ET POUR ÉLABORER AVEC LUI LES MODALITÉS DE COLLABORATION AUTANT EN CE QUI CONCERNE LE RECRUTEMENT DU PROCHAIN ATTACHÉ LOCAL QU'EN CE QUI CONCERNE LES ACTIVITÉS À COURT ET À MOYEN TERME.	MEILLEURE COMPRÉHENSION DU MANDAT DE TOURISME QUÉBEC ET CLARIFICATION DE L'INTERACTION MIN. DES RELATIONS INTERNATIONALES/TOURISME QUÉBEC.	430.31
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	508085	BRÉSIL BRAZILIA/SAO PAULO/RIO DE JANEIRO	95-09-08 AU 95-09-18	PARTICIPER À LA BOURSE DE VOYAGE ABAY À BRASILIA. ORGANISER UNE MISSION COMMERCIALE À RIO DE JANEIRO ET SAO PAULO. PRÉPARER DES RENCONTRES AVEC DES ACHETEURS POTENTIELS, L'INDUSTRIE ET LES MÉDIAS. RÉALISER DES SÉANCES D'INFORMATION SUR LES PRODUITS TOURISTIQUES DU QUÉBEC PAR LE BIAIS D'UN JEU QUESTIONNAIRE.	RENCONTRES D'AFFAIRES AVEC UNE TRENTAINE DE VOYAGISTES ET DE MÉDIAS. INFORMATIONS SUR LE QUÉBEC À PRÈS DE 300 AGENTS DE VOYAGE. PARTENARIAT ENTRE ENTREPRISES QUÉBÉCOISES ET VOYAGISTES SUD- AMÉRICAINS. RETOUBÉES MÉDIA ET TOURNÉES DE FAMILIARISATION À VENIR.	4139.82
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	710185	CANADA HALIFAX	95-05-05 AU 95-05-11	REPRÉSENTER TOURISME QUÉBEC À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA ET ENCADRER LES 75 VENDEURS DE PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS QUI RENCONTRENT AU DELÀ DE 350 GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS.	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A., 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50%.	1172.56

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉ)	710188	CANADA TORONTO	95-04-12 AU 95-04-12	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE TOURISME ONTARIO ET CANADIAN AIRLINES POUR ARRÊTER LES ÉLÉMENTS DE PLANIFICATION ET DE RÉALISATION DU "REVERSE MARKETPLACE ONTARIO-QUÉBEC" DEVANT AVOIR LIEU LE 2 ET 3 OCTOBRE 1995 À QUÉBEC ET LE 4 ET 5 OCTOBRE 1995 À OTTAWA.	PRÈS D'UN MILLION DE TOURISTES EUROPÉENS EN 1995 DONT 30 À 50 % ONT ACHETÉ LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU.	541.86
GOULET, FRANÇOIS (DIRECTEUR DÉVELOPPEMENT DES MARCHÉS)	710196	CANADA TORONTO	95-07-28 AU 95-07-28	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LA SECTION TOURISME DE LA DÉLÉGATION DU QUÉBEC À TORONTO, POUR DISCUTER DU FONCTIONNEMENT ACTUEL SUITE AUX COMPRESSIONS D'AVRIL 1995.	RÉÉVALUER L'IMPACT DES COMPRESSIONS ET APPORTER DES AJUSTEMENTS DONT EMBAUCHE DE CONTRACTUELS POUR MANDATS SPÉCIFIQUES.	505.86
GRENON, JUDITH (RESPONSABLE DES BOURSES ET FOIRES)	503093	ÉTATS-UNIS RENO	95-04-04 AU 95-04-10	PARTICIPER, AVEC UNE DÉLÉGATION D'UNE TRENTAINE DE REPRÉSENTANTS DU QUÉBEC, À LA BOURSE DE VOYAGE "SPRING NTA" REGROUPANT PRÈS DE 400 PROFESSIONNELS AMÉRICAINS DU VOYAGE ET POSITIONNER LE QUÉBEC AUPRÈS DES ORGANISATEURS AMÉRICAINS.	PROMOTION POUR CLIENTÈLE DE GROUPE AU QUÉBEC. 133 000 TOURISTES EN 1992.	2010.66
GRENON, JUDITH (RESPONSABLE DES BOURSES ET FOIRES)	601015	ESPAGNE MADRID/BARCELONE	96-01-21 AU 96-02-01	CONDUIRE UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS À LA BOURSE DE VOYAGE "FIERA INTERNACIONAL DU TURISMO" (FITUR) À MADRID DU 24 AU 28 JANVIER 1996 ET À LA PROMOTION CONOSCA CANADA QUÉBEC À BARCELONE LE 30 ET 31 JANVIER 1996.	OPÉRATION MAJEURE ANNUELLE POUR CLIENTÈLE ESPAGNOLE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. EN ESPAGNE, LA MAJORITÉ DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU.	4493.23
GRENON, JUDITH (RESPONSABLE DES BOURSES ET FOIRES)	710185	CANADA HALIFAX	95-05-05 AU 95-05-11	REPRÉSENTER TOURISME QUÉBEC À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA ET ENCADRER LES 75 VENDEURS DE PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS QUI RENCONTRENT AU DELÀ DE 350 GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS.	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A., 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50%.	1202.32

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
GRENON, JUDITH (RESPONSABLE DES BOURSES ET FOIRES)	710203	FRANCE/ANGLETERRE PARIS/LONDRES	95-11-04 AU 95-11-17	CONDUIRE UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS POUR FAIRE LA PROMOTION DU QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE PAR LA PRÉSENTATION DE CIRCUITS ET SÉJOURS URBAINS POSSIBLES LORS DES BOURSES DE VOYAGES ATELIER CANADA (7 AU 10 NOVEMBRE 1995) ET "WORLD TRAVEL MARKET", (13 AU 16 NOVEMBRE 1995) ET ORGANISER LA PROMOTION MOTIVATION QUÉBEC.	OPÉRATION MAJEURE ANNUELLE POUR CLIENTÈLE FRANÇAISE ET BRITANNIQUE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. ATELIER CANADA EST L'ACTIVITÉ LA PLUS IMPORTANTE À LAQUELLE PARTICIPENT PLUS DE 150 DÉLÉGUÉS QUÉBÉCOIS CAR LE QUÉBEC OCCUPE 85 % DU MARCHÉ DES TOURISTES FRANÇAIS AU CANADA. WORLD TRAVEL MARKET EST LE DEUXIÈME SALON DE VOYAGE AU MONDE DESTINÉ AUX TOURISTES BRITANNIQUES.	5083.51
GRENON, JUDITH (RESPONSABLE DES BOURSES ET FOIRES)	710212-S	MEXIQUE MEXICO	95-12-08 AU 95-12-16	CONDUIRE UNE MISSION COMMERCIALE DE 18 VENDEURS DU QUÉBEC À MEXICO, DU 13 AU 15 DÉCEMBRE 1995, AFIN DE POSITIONNER LE QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE AUPRÈS DU MARCHÉ MEXICAIN ET D'ÉTABLIR DES ENTENTES COMMERCIALES AVEC DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE MEXICAINS.	MISSION COMMERCIALE EXCLUSIVE DU QUÉBEC REGROUPANT 15 ENTREPRISES QUÉBÉCOISES QUI DÉVELOPPENT LEURS PRODUITS SUR LE MARCHÉ MEXICAIN. ELLES RENCONTRENT, SOUS FORME DE RENDEZ-VOUS PRÉÉTABLIS DES GROSSISTES EN VOYAGE QUI VENDENT L'EST DU CANADA. DE NOMBREUSES ENTENTES COMMERCIALES DÉCOULENT DE CES RENCONTRES.	2362.76
HANSEN, NATHALIE (ATTACHÉE DE PRESSE)	511076	ÉTATS-UNIS ROCHESTER	95-11-20 AU 95-11-21	ACCOMPAGNER LA MINISTRE LORS DU LANCEMENT DES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES DE TOURISME QUÉBEC SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN.	SUCCÈS DES LANCEMENTS DES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN; PRÉSENCE MÉDIATIQUE DES PRINCIPAUX MAGAZINES CIBLÉS PERMETTANT D'OPTIMISER LES RETOMBÉES TOURISTIQUES POUR LE QUÉBEC. RÉSULTATS: RELATIONS DE PRESSE ET DE COMMUNICATION ACCENTUANT LA CRÉDIBILITÉ DE LA DESTINATION "QUÉBEC".	229.67
HEBERT, ROSELYNE (CHEF SERVICE DES RELATIONS PRESSE)	510035	ÉTATS-UNIS NEW-YORK/CHICAGO/BOSTON	95-11-14 AU 95-11-22	PARTICIPER AUX LANCEMENTS PROMOTIONNELS DE LA CAMPAGNE HIVER 1995-1996 SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN À NEW-YORK (14 NOVEMBRE), BOSTON (15 ET 16 NOVEMBRE) ET ROCHESTER (21 NOVEMBRE) QUI ONT LIEU DANS DES CENTRES COMERCIAUX DES MÊMES VILLES.	RENCONTRE D'ENVIRON 50 JOURNALISTES AFIN DE LES INCITER À PARTICIPER AUX TOURNÉES DE PRESSE "HIVER" ORGANISÉES AVEC LES RÉGIONS PARTICIPANTES. PLUS DE 8 TOURNÉES ONT ÉTÉ ORGANISÉES REGROUPANT UNE TRENTAINE DE JOURNALISTES.	1386.70
HEBERT, ROSELYNE (CHEF SERVICE DES RELATIONS PRESSE)	710186	CANADA HALIFAX	95-05-07 AU 95-05-11	REPRÉSENTER TOURISME QUÉBEC À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA ET ENCADRER LES 75 VENDEURS DE PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS QUI RENCONTRENT AU DELÀ DE 350 GROSSISTES EN VOYAGE ÉTRANGERS.	RENCONTRE AVEC 10 JOURNALISTES D'ANGLETERRE, D'ALLEMAGNE, DE FRANCE, DES ÉTATS-UNIS ET DES PAYS BAS. TRANSMISSION D'INFORMATIONS SUR LES NOUVEAUTÉS ET INVITATION À DES TOURNÉES.	834.56

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
IWABUCHI, SEIICHI (CONSEILLER EN TOURISME À TOKYO)	503117	CANADA HALIFAX	95-05-06 AU 95-05-11	REPRÉSENTER LES DÉLÉGATIONS DU QUÉBEC À L'ÉTRANGER À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA, ENCADRER LEURS ACHETEURS DU PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS RESPECTIFS ET FACILITER LES RENCONTRES ENTRE LES VENDEURS QUÉBÉCOIS ET LES ACHETEURS (GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS).	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A, 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50 %.	1050.00
JEANNOTTE, ANDRÉ (RESPONSABLE DES BOURSES ET FOIRES)	710190-S	CANADA TORONTO	95-04-19 AU 95-04-24	CONDUIRE UNE MISSION D'UNE VINGTAINE DE VENDEURS QUÉBÉCOIS AU SALON DE VOYAGE "TRAVEL AND LEISURE SHOW" À TORONTO (20 AU 23 AVRIL 1995).	EN CONTINUITÉ AVEC NOS CAMPAGNES, PLUS DE 2 MILLIONS DE TOURISTES CANADIENS VIENNENT AU QUÉBEC CHAQUE ANNÉE DONT 85 % DE LA GRANDE RÉGION DE TORONTO.	1248.60
JEANNOTTE, ANDRÉ (ASSISTANT SERVICE DE LA LOGISTIQUE)	710200	ÉTATS-UNIS ATLANTA	95-11-16 AU 95-11-18	DIRIGER UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS AU SALON DE MOTONEIGE À WEST-SPRINGFIELD (13 AU 15 OCTOBRE) ET AUX SALONS ET PROMOTION DE SKI À PHILADELPHIE (27 AU 29 OCTOBRE), WASHINGTON (3 AU 5 NOVEMBRE), CLEVELAND (10 AU 12 NOVEMBRE) ET ATLANTA (16 AU 18 NOVEMBRE). RENCONTRER LES GROSSISTES REPRÉSENTANTS DE CENTRES DE MOTONEIGE ET DE CLUBS DE SKI ET JOURNALISTES SPÉCIALISÉS DANS CES DEUX DOMAINES. VOIR AU MONTAGE ET AU DÉMONTAGE DES KIOSQUES. PIERRE VALIQUETTE: DU 13 OCTOBRE AU 12 NOVEMBRE 1995 ANDRÉ JEANNOTTE : DU 16 AU 18 NOVEMBRE 1995	LES RETOMBÉES GÉNÉRALES DE LA MOTONEIGE COMME ACTIVITÉ TOURISTIQUE ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 33 MILLIONS \$ EN 1990. EN CONTINUITÉ AVEC NOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES, REJOINDRE LA CLIENTÈLE AMÉRICAINE DE SKIEURS ET LES INCITER À VENIR AU QUÉBEC.	2294.23
KLOCKNER, MARTINA (CONSEILLÈRE EN TOURISME ALLEMAGNE)	503117	CANADA HALIFAX	95-05-06 AU 95-05-11	REPRÉSENTER LES DÉLÉGATIONS DU QUÉBEC À L'ÉTRANGER À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA, ENCADRER LEURS ACHETEURS DU PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS RESPECTIFS ET FACILITER LES RENCONTRES ENTRE LES VENDEURS QUÉBÉCOIS ET LES ACHETEURS (GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS).	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A, 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50 %.	1050.00

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

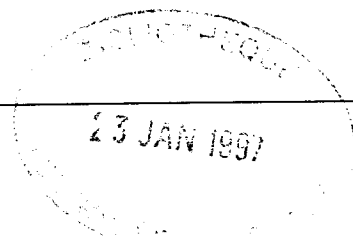
NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
LAFLEUR, REJEAN (CHEF SERV. REPRÉS. INTERNATIONALE.)	503110	BELGIQUE/FRANCE BRUX./AMIENS/CAEN/REN./NANTES/PARIS	95-03-31 AU 95-04-09	RÉALISER LA PHASE 11 DU QUÉBEC EXPRESS. COMPTE TENU DU SUCCÈS OBTENU EN NOVEMBRE 1994, ACHALANDAGE, RETOMBÉES MÉDIATIVES, INTÉRÊT PARTENAIRES PRIVÉS TANT DE FRANCE QUE DU QUÉBEC, IL EST IMPORTANT DE POURSUIVRE L'OPÉRATION AU PRINTEMPS 1995. AINSI, À BRUXELLES, UN "MINI-MARKETPLACE" PERMET DE RENCONTRER LES VOYAGISTES BELGES ET DES AGENTS DE VOYAGE PUIS, PENDANT QUATRE JOURS LE TRAIN EXPOSITION FAIT LA PROMOTION DU QUÉBEC DANS LES VILLES CITÉES.	60 % DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE VIENT DES RÉGIONS FRANÇAISES AUTRES QUE PARIS. IMPORTANCE D'ÊTRE PRÉSENT EN RÉGION. CROISSANCE CONTINUE SUR CETTE DESTINATION. 350 000 TOURISTES EN 1994.	1023.68
LAFLEUR, RÉJEAN (CHEF SERV. REPRÉS. INTERNATIONALE)	144439	CANADA TORONTO	95-07-19 AU 95-07-19	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, SECTEUR DU MARCHÉ ASIATIQUE.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LE MARCHÉ ASIATIQUE.	473.16
LAFLEUR, RÉJEAN (CHEF SERV. REPRÉS. INTERNATIONALE)	507077	ÉTATS-UNIS BOSTON	95-08-08 AU 95-08-10	PARTICIPER, À TITRE DE MEMBRE DU COMITÉ DE SÉLECTION, AUX ENTREVUES POUR LA DOTATION DU POSTE D'ATTACHÉ TOURISTIQUE POUR LA DÉLÉGATION DU QUÉBEC EN NOUVELLE-ANGLETERRE.	RECRUTEMENT DE L'ATTACHÉE TOURISTIQUE MADAME SUZANNE MCNAMARA.	987.97
LAFLEUR, RÉJEAN (CHEF SERV. REPRÉS. INTERNATIONALE)	710228	ANGLETERRE LONDRES	96-03-02 AU 96-03-09	CONDUIRE UNE MISSION D'UNE QUINZAINE DE VENDEURS QUÉBÉCOIS À LA BOURSE DE VOYAGE "U.K. SPOTLIGHT CANADA" UN LIEU DE RENCONTRE IMPORTANT SPÉCIFIQUE À L'INDUSTRIE TOURISTIQUE CANADIENNE. PARALLÈLEMENT À CETTE MISSION, AVOIR DES RENCONTRES DE TRAVAIL AVEC L'ATTACHÉ TOURISTIQUE SUR LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES ET OPÉRATIONNELLES 1996-1997 POUR LE ROYAUME-UNI.	PLUS DE 100 000 TOURISTES BRITANNIQUES VIENNENT AU QUÉBEC CHAQUE ANNÉE. AIR CANADA AUGMENTERA SA CAPACITÉ DE VOLS VERS LE QUÉBEC DE 30% EN 1995 ET 1996.	2582.97
LAVERDIÈRE, GISÈLE (PRÉPOSÉE AUX RENSEIGNEMENTS)	510136	BENELUX BELGIQUE/NAMUR	95-11-24 AU 95-12-10	PARTICIPER À UN STAGE DE COOPÉRATION (AGENCE QUÉBEC-WALLONIE/BRUXELLES POUR LA JEUNESSE).	CE STAGE A PERMIS D'EXPORTER NOTRE SAVOIR-FAIRE EN MATIÈRE D'ACCUEIL TOURISTIQUE, NOTAMMENT EN TECHNIQUE D'ACCUEIL. LE STAGE A DONNÉ L'OCCASION DE RENCONTRER DE NOMBREUX INTERVENANTS OEUVRANT DANS LE DOMAINE TOURISTIQUE DANS LA COMMUNAUTÉ FRANCOPHONE DE BELGIQUE. PLUSIEURS INTERLOCUTEURS NOUS ONT FOURNI DES RENSEIGNEMENTS SUR LEUR PROPRE FONCTIONNEMENT. UN RAPPORT DÉTAILLÉ A ÉTÉ PRODUIT.	730.72

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
LEBLANC, MICHEL (CHEF DU PRODUIT CHASSE ET PÊCHE)	512058	ÉTATS-UNIS EDISON/PHILADEPHIE	96-01-10 AU 96-01-22	RÉALISER DEUX SALONS CHASSE ET PÊCHE AXÉS SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS. PLUSIEURS MILLIERS DE BROCHURES PROMOTIONNELLES SUR LE QUÉBEC SONT DISTRIBUÉES AVEC L'AIDE DE POURVOYEURS SUR PLACE.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	2897.68
LEBLANC, MICHEL (CHEF DU PRODUIT CHASSE ET PÊCHE)	512066	ÉTATS-UNIS CHANTILLY	96-02-21 AU 96-02-26	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1248.11
LEBLANC, MICHEL (CHEF DU PRODUIT CHASSE ET PÊCHE)	512067	ÉTATS-UNIS WILMINGTON	96-03-08 AU 96-03-11	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1034.00
LEBLANC, MICHEL (CHEF DU PRODUIT CHASSE ET PÊCHE)	710216-S	ÉTATS-UNIS HARRISBURG	96-02-01 AU 96-02-12	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	2141.98
LEBLANC, MICHEL (CHEF DU PRODUIT CHASSE ET PÊCHE)	710217	ÉTATS-UNIS MONROEVILLE	96-02-13 AU 96-02-19	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1545.72

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
LEBLANC, MICHEL (CHEF DU PRODUIT CHASSE ET PÊCHE)	710220	ÉTATS-UNIS SUFFERN	96-02-28 AU 96-03-04	RÉALISER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, UN SALON CHASSE ET PÊCHE AXÉ SUR LES CONSOMMATEURS DANS LE BUT DE VENDRE LA DESTINATION DU QUÉBEC POUR LA PRATIQUE DE CES SPORTS.	EN CHASSE ET PÊCHE, CE SONT LES SALONS QUI DONNENT LE MEILLEUR RENDEMENT COMPARÉ À D'AUTRES ACTIVITÉS PROMOTIONNELLES. EN 1990-1991, LES RETOMBÉES DES NON RÉSIDENTS UNIQUEMENT DANS LES POURVOIRIES ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 25 MILLIONS \$.	1284.47
MOISAN, JACQUES (RESP. DES PROGRAMMES PROMOTIONNELS)	506041	ÉTATS-UNIS NEW-YORK/CHICAGO	96-06-20 AU 96-06-23	DIRIGER UNE MISSION POUR TENIR DES GROUPES DE DISCUSSION AFIN DE TESTER LES CONCEPTS PUBLICITAIRES DES FUTURES CAMPAGNES DE PROMOTION 1995-1998 SUR LES MARCHÉS NORD-AMÉRICAINS, CONJOINTEMENT AVEC LES NOUVELLES AGENCES DE PUBLICITÉ SOUS CONTRATS AVEC TOURISME QUÉBEC, AINSI QU'UNE FIRME SPÉCIALISÉE EN TEST DE MARCHÉS.	LES GROUPES DE DISCUSSION ONT EU LIEU À BOSTON, NEW-YORK ET CHICAGO. LES RÉSULTATS DE CEUX-CI NOUS ONT PERMIS DE PRENDRE DES DÉCISIONS PLUS ÉCLAIRÉES CONCERNANT LES CAMPAGNES PROMOTIONNELLES.	2039.60
MOISAN, JACQUES (RESP. DES PROGRAMMES PROMOTIONNELS)	510036	ÉTATS-UNIS BOSTON/NEW-YORK/ROCHESTER	95-11-13 AU 95-11-21	DIRIGER UNE MISSION DANS LE BUT DE SURVEILLER LES LANCEMENTS PROMOTIONNELS DE LA CAMPAGNE HIVER 1995/1996 SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN À NEW-YORK (14 NOVEMBRE), BOSTON (15 NOVEMBRE) ET ROCHESTER (21 NOVEMBRE) ET S'ASSURER DU BON DÉROULEMENT DES PROMOTIONS AUX CONSOMMATEURS QUI ONT LIEU DANS LES CENTRES COMMERCIAUX DES MÊMES VILLES.	LES LANCEMENTS PRÉVUS ONT EU LIEU ET ONT PERMIS AUX INTERVENANTS TOURISTIQUES QUÉBÉCOIS ET TOURISME QUÉBEC DE RENCONTRER PRÈS DE 150 PROFESSIONNELS DU TOURISME INFLUENTS AVEC LES ÉTATS-UNIS.	2725.94
MOISAN, JACQUES (RESP. DES PROGRAMMES PROMOTIONNELS)	710208	ÉTATS-UNIS NEW-YORK	96-01-28 AU 96-01-30	DIRIGER UNE MISSION DE SPÉCIALISTES EN PROMOTION AFIN DE NÉGOCIER AVEC CERTAINS PARTENAIRES FINANCIERS LEUR PARTICIPATION À NOS CAMPAGNES PROMOTIONNELLES.	ENTENTE NÉGOCIÉE AVEC GOGO/LIBERTY TRAVEL ET LE USTOA.	1040.06
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	144511	CANADA TORONTO	95-09-08 AU 95-09-08	PARTICIPER À LA SESSION D'INFORMATION ORGANISÉE PAR LE COMITÉ EXÉCUTIF "TOURISME D'AFFAIRES" DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME.	UNE CAMPAGNE D'UN MILLION \$ DE TOURISME D'AFFAIRES A ÉTÉ GÉNÉRÉE SUR LE MARCHÉ AMÉRICAIN.	541.86
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	144631	CANADA TORONTO	95-11-24 AU 95-11-24	PARTICIPER À UNE RÉUNION DE TRAVAIL AVEC LES REPRÉSENTANTS DE LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME, SECTEUR DU MARCHÉ EUROPÉEN.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES PARTENAIRES CANADIENS SUR LES MARCHÉS EUROPÉENS.	538.86



3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	504023-S	SUISSE/ITALIE GENÈVE/MILAN	95-05-13 AU 95-05-24	PILOTER UNE MISSION DE DOUZE VENDEURS DU QUÉBEC À GENÈVE POUR LA PROMOTION DES CONGRÈS ET MOTIVATION À LA BOURSE DE VOYAGE "EUROPEAN INCENTIVE BUSINESS TRAVEL MARKET" (EIBTM), DU 16 AU 18 MAI 1995, DANS UN PREMIER TEMPS, ET DANS UN DEUXIÈME TEMPS, RENCONTRER NOS CLIENTS VOYAGISTES ITALIENS AFIN DE COMPLÉTER ET PARACHEVER LES DOSSIERS D'ENTENTES COOPÉRATIVES DE TOURISME QUÉBEC SUITE À LA FERMETURE DU SERVICE TOURISTIQUE DE LA DÉLÉGATION DU QUÉBEC À ROME.	SELON LES MARCHÉS, 10 À 30 % DE LA CLIENTÈLE EUROPÉENNE QUI VIENT AU QUÉBEC LE FAIT POUR DES MOTIFS D'AFFAIRES ET NON D'AGRÈMENT: CONGRÈS, RÉUNIONS, VOYAGES DE MOTIVATION.	4481.02
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	507019	ÉTATS-UNIS WASHINGTON	95-08-12 AU 95-08-16	CONDUIRE UNE MISSION DE 23 VENDEURS DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE QUÉBÉCOISE AU CONGRÈS ANNUEL DE "L'AMERICAN SOCIETY ASSOCIATION EXECUTIVES" (ASAE), À WASHINGTON (12 AU 15 AOÛT 1995) AFIN DE PROMOUVOIR LE QUÉBEC COMME DESTINATION CONGRÈS.	SIGNATURE DE CONTRATS SUR PLACE ET OPPORTUNITÉS FUTURES À SUIVRE. DÉPENSE PAR JOUR, POUR CETTE CLIENTÈLE, LA PLUS ÉLEVÉE ET SOUVENT EN BASSE SAISON. 313 MILLIONS \$ DE RETOMBÉES EN 1993.	2618.91
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	508078-S	ÉTATS-UNIS SAN-ANTONIO	95-11-06 AU 95-11-13	PARTICIPER AU CONGRÈS ANNUEL DE LA "SOCIETY OF INCENTIVE TRAVEL EXECUTIVE" EN COMPAGNIE DE VENDEURS DU QUÉBEC. ORGANISER UNE FORMATION SUR LE QUÉBEC EN DISTRIBUANT LE NOUVEAU VIDÉO MOTIVATION AUX PARTICIPANTS.	SIGNATURE DE CONTRATS SUR PLACE ET OPPORTUNITÉS FUTURES À SUIVRE. DÉPENSE PAR JOUR, POUR CETTE CLIENTÈLE, LA PLUS ÉLEVÉE ET SOUVENT EN BASSE SAISON. 313 MILLIONS \$ DE RETOMBÉES EN 1993.	2854.27
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	508082	ÉTATS-UNIS CHICAGO	95-09-15 AU 95-09-22	DIRIGER UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS ET COORDONNER LA PRÉSENCE DE CE REGROUPEMENT LORS DU "INCENTIVE TRAVEL MEETING EXECUTIVES" (IT&ME) À CHICAGO QUI ATTIRE PLUS DE 12 000 ACHETEURS ET INTERMÉDIAIRES (AGENCES DE MOTIVATION AMÉRICAINES QUI UTILISENT LE VOYAGE MOTIVATION). MONTAGE DES KIOSQUES ET ORCHESTRATION DES ACTIVITÉS AVEC LES VENDEURS QUÉBÉCOIS.	SIGNATURE DE CONTRATS SUR PLACE ET OPPORTUNITÉS FUTURES À SUIVRE. DÉPENSE PAR JOUR, POUR CETTE CLIENTÈLE, LA PLUS ÉLEVÉE ET SOUVENT EN BASSE SAISON. 313 MILLIONS \$ DE RETOMBÉES EN 1993.	2326.89
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	510135	ÉTATS-UNIS NEW-YORK	95-11-29 AU 95-12-01	DIRIGER UNE MISSION D'UNE DOUZAINES DE VENDEURS DU QUÉBEC AU "CANADA SHOWCASE" À NEW-YORK LE 30 NOVEMBRE 1995.	125 ACHETEURS SE SONT PRÉSENTÉS ET LA PARTICIPATION AVEC LE CANADA EST CONCLUANTE EN CE SENS QUE NOS VENDEURS ONT TIRÉ GRAND PROFIT DE LEUR PRÉSENCE.	1098.63

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	510137	ÉTATS-UNIS SAN-DIEGO	96-01-05 AU 96-01-10	DIRIGER UNE MISSION DE DIX VENDEURS DU QUÉBEC AU CONGRÈS ANNUEL DE LA "PROFESSIONAL CONVENTION MANAGEMENT ASSOCIATION" (PCMA) ET PARTICIPER À LA SOIRÉE CANADA DANS LE CADRE DE CE CONGRÈS.	SIGNATURE DE CONTRATS SUR PLACE ET OPPORTUNITÉS FUTURES À SUIVRE. DÉPENSE PAR JOUR, POUR CETTE CLIENTÈLE, LA PLUS ÉLEVÉE ET SOUVENT EN BASSE SAISON. 313 MILLIONS \$ DE RETOMBÉES EN 1993.	2566.81
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	710194	CANADA EDMONTON	95-07-28 AU 95-08-02	CONDUIRE UNE MISSION DE PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE QUÉBÉCOISE AU CONGRÈS ANNUEL DE LA SOCIÉTÉ CANADIENNE DES DIRECTEURS D'ASSOCIATION (SCDA) À EDMONTON (31 JUILLET AU 2 AOÛT 1995) AFIN DE PROMOUVOIR LE QUÉBEC COMME DESTINATION CONGRÈS.	420 000 TOURISTES DU CANADA AU QUÉBEC POUR VOYAGES D'AFFAIRES EN 1992.	1954.52
PAQUET, RAYNALD (CHEF DU PRODUIT CONGRÈS/MOTIVATION)	710229	CANADA TORONTO	96-02-13 AU 96-02-14	CONDUIRE UNE MISSION DE PLUS DE 50 VENDEURS AU "QUÉBEC DAY".	420 000 TOURISTES DU CANADA AU QUÉBEC POUR VOYAGES D'AFFAIRES EN 1992.	513.69
PARENT, GILLES (RESP. DES PROMOTIONS PUBLICITAIRES)	506041-A	ÉTATS-UNIS BOSTON	96-06-26 AU 96-06-27	DIRIGER UNE MISSION POUR TENIR DES GROUPES DE DISCUSSION AFIN DE TESTER LES CONCEPTS PUBLICITAIRES DES FUTURES CAMPAGNES DE PROMOTION 1995-1998 SUR LES MARCHÉS NORD-AMÉRICAINS, CONJOINTEMENT AVEC LES NOUVELLES AGENCES DE PUBLICITÉ SOUS CONTRATS AVEC TOURISME QUÉBEC, AINSI QU'UNE FIRME SPÉCIALISÉE EN TEST DES MARCHÉS.	3 GROUPES DE 12 PERSONNES FURENT MIS EN INTERACTION. UN GROUPE DE SPÉCIALISTES DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE ET 2 GROUPES DE CONSOMMATEURS. LES RÉSULTATS FURENT TRÈS CONCLUANTS ET SURTOUT TRÈS INDICATIFS QUANT À NOS ORIENTATIONS PUBLICITAIRES.	745.23
PARENT, LOUIS-B. (CHEF DU PRODUIT AVENTURE/MOTONEIGE)	710201	ÉTATS-UNIS SYRACUSE	95-10-26 AU 95-10-30	CONDUIRE UNE MISSION DE VENDEURS DU QUÉBEC AU SALON CONSOMMATEURS "SNOWMOBILERS SHOW" (27 AU 29 OCTOBRE 1995) AFIN DE PROMOUVOIR LE QUÉBEC COMME DESTINATION POUR LES MOTONEIGISTES.	LES RETOMBÉES GÉNÉRALES DE LA MOTONEIGE COMME ACTIVITÉ TOURISTIQUE ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 33 MILLIONS \$ EN 1990.	1127.51
PARENT, LOUIS-B. (CHEF DU PRODUIT AVENTURE/MOTONEIGE)	710197	CANADA CAMPBELLTON	95-09-22 AU 95-09-25	PARTICIPER, À TITRE DE REPRÉSENTANT DE TOURISME QUÉBEC, À LA CONFÉRENCE SUR LA GRANDE AVENTURE DU PLEIN AIR, (22 AU 24 SEPTEMBRE 1995) AFIN DE FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT ET LA COMMERCIALISATION DU PRODUIT AVENTURE AU QUÉBEC.	ÉCHANGES ET DES RENCONTRES AVEC DES PROFESSIONNELS DU TOURISME D'AVENTURE DU QUÉBEC ET DES MARITIMES.	1289.28

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
PARENT, LOUIS-B. (CHEF DU PRODUIT AVENTURE/MOTONEIGE)	710207	CANADA CALGARY	95-11-12 AU 95-11-16	PARTICIPER AU 1ER CONGRÈS/EXPOSITION CANADIEN SUR LE TOURISME AUTOCHTONE ORGANISÉ PAR LA "FIRST NATIONS CONFERENCE INC." AFIN DE NOUS FAMILIARISER AVEC LE PRODUIT ET LES INTERVENANTS ET POSITIONNER FAVORABLEMENT LE QUÉBEC COMME PRODUIT AUTOCHTONE.	LE PRODUIT TOURISTIQUE AUTOCHTONE EST PRIORITAIRE. LA PARTICIPATION À CE CONGRÈS A PERMIS DE NOUS SENSIBILISER AUX PROBLÈMES INHÉRENTS AU DÉVELOPPEMENT ET À LA MISE EN MARCHÉ DE CE PRODUIT.	2412.98
PARENT, LOUIS-B. (CHEF DU PRODUIT AVENTURE/MOTONEIGE)	710226	ÉTATS-UNIS WASHINGTON/CHICAGO	96-02-12 AU 96-02-19	PARTICIPER, À TITRE DE CHEF DE MISSION, AU "ADVENTURE CANADA TRADE SHOW" À WASHINGTON LE 13 FÉVRIER ET AU "INTERNATIONAL ADVENTURE TRAVEL AND OUTDOOR SHOW" À CHICAGO DU 16 AU 18 FÉVRIER 1996.	PARTICIPATION DE SIX INTERVENANTS QUÉBÉCOIS, CE QUI LEUR A PERMIS DE CRÉER DES LIENS D'AFFAIRES AVEC L'INDUSTRIE AMÉRICAINE, LE PRODUIT AVENTURE ET LE PRODUIT TOURISTIQUE EN ÉMERGENCE.	3690.04
PARENT, LOUIS-B. (CHEF DU PRODUIT AVENTURE/MOTONEIGE)	710230	CANADA MARKHAM	95-10-12 AU 95-10-16	CONDUIRE UNE MISSION DE VENDEURS AU SALON CONSOMMATEURS "SNOWMOBILERS SHOW" (13 AU 15 OCTOBRE) À MARKHAM. MONTAGE ET DÉMONTAGE DU KIOSQUE DE TOURISME QUÉBEC.	LES RETOMBÉES GÉNÉRALES DE LA MOTONEIGE COMME ACTIVITÉ TOURISTIQUE ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 33 MILLIONS \$ EN 1990.	1578.73
THERRIEN, JACQUES-YVES (SOUS-MINISTRE ASSOCIÉ)	510128	FRANCE/BENELUX PARIS/BRUXELLES/AMSTERDAM	95-11-03 AU 95-11-10	PARTICIPER À UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS AFIN DE FAIRE LA PROMOTION DU QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE. EFFECTUER LA PRÉSENTATION DE CIRCUITS ET SÉJOURS URBAINS LORS DE LA BOURSE DE VOYAGE "ATELIER CANADA".	OPÉRATION MAJEURE ANNUELLE POUR CLIENTÈLE FRANÇAISE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. ATELIER CANADA EST L'ACTIVITÉ LA PLUS IMPORTANTE À LAQUELLE PARTICIPENT PLUS DE 150 DÉLÉGUÉS QUÉBÉCOIS CAR LE QUÉBEC OCCUPE 85 % DU MARCHÉ DES TOURISTES FRANÇAIS AU CANADA.	3064.14
THIFFAULT, GUY-J. (A. RECHER. PLANIF. SOCIO-ÉCONOMIQUE)	144692	CANADA OTTAWA	96-01-26 AU 96-01-26	PARTICIPER À UNE RÉUNION DU COMITÉ DIRECTEUR DU PLAN STRATÉGIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT DU SECTEUR DU TOURISME D'AVENTURE AU CANADA.	PARTICIPER AU SUIVI DE L'ÉTUDE SUR LA MISE EN PLACE DU PLAN STRATÉGIQUE POUR LE DÉVELOPPEMENT ET LA COMMERCIALISATION DU PRODUIT AVENTURE. L'ÉTUDE EST FINANCÉE EN TOTALITÉ PAR LA COMMISSION CANADIENNE DU TOURISME (CCT) ET LA MAJORITÉ DES PROVINCES PARTICIPENT AU COMITÉ DE SUIVI DE L'ÉTUDE.	630.10
TREMBLAY, STANLEY (DIRECTEUR PLANIF. ET DE LA RECH.)	144401	CANADA MISSISSAUGA	95-06-26 AU 95-06-27	PARTICIPER À LA CONFÉRENCE SUR LA RECHERCHE EN TOURISME ORGANISÉE PAR L'INSTITUT CANADIEN DE RECHERCHE SUR LE TOURISME (ICRT).	CONFÉRENCE DE 100 PARTICIPANTS IMPLIQUÉS DANS LES PROGRAMMES DE RECHERCHE EN TOURISME AU CANADA AFIN DE DÉTERMINER LES ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DANS CE PROGRAMME.	694.91

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
TREMBLAY, STANLEY (DIRECTEUR PLANIF. ET DE LA RECH.)	710223	CANADA TORONTO	96-01-15 AU 96-01-16	RENCONTRER LES DIVERS PARTENAIRES GOUVERNEMENTAUX ET PRIVÉS OPÉRANT LE SERVICE DE RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES ET DE RÉSERVATIONS.	RENCONTRE ET ÉCHANGES AVEC LES RESPONSABLES DU PROJET DE CENTRALE DE RÉSERVATIONS TOURISTIQUES DE L'ONTARIO DANS LE CADRE DE LA RECHERCHE SUR LES ORIENTATIONS TECHNOLOGIQUES DE TOURISME QUÉBEC.	680.51
TRUDEL, YVON (AGENT DE RECHERCHE)	710192	CANADA TORONTO	95-05-29 AU 95-05-31	PARTICIPER AU COLLOQUE "DOING BUSINESS ON THE INTERNET"	LE SÉMINAIRE COUVRE LES DIVERS ASPECTS À CONSIDÉRER DANS L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE PROPRE À CHAQUE ORGANISATION; LES EXPOSÉS SUR DES SUCCÈS DANS LE SECTEUR PRIVÉ SOUTIENNENT L'ANALYSE ET L'ÉLABORATION D'UNE STRATÉGIE SUR MESURE. UNE PRÉSENTATION SYNTHÈSE DU SÉMINAIRE AUX CADRES A ÉTÉ SUIVIE DE LA CRÉATION D'UN COMITÉ INTERNET AU SEIN DE TOURISME QUÉBEC AFIN D'INTÉGRER CETTE TECHNOLOGIE DE L'INFORMATION DANS NOS ACTIVITÉS. AUJOURD'HUI, L'ADRESSE INTERNET DES RENSEIGNEMENTS TOURISTIQUES EST INCLUSE DANS LA DOCUMENTATION PROMOTIONNELLE DE TOURISME QUÉBEC, CE QUI NOUS PERMET DE SERVIR LE PUBLIC PAR INTERNET. L'ENSEMBLE DE NOS SERVICES AU PUPIC INTÈGRE DE PLUS EN PLUS INTERNET. NOUS SOMMES AUSSI EN MESURE D'INFORMER ET DE CONSEILLER DES ENTREPRISES TOURISTIQUES SUR INTERNET.	1802.71
VALIQUETTE, PIERRE (CHEF DU PRODUIT SKI)	503094	ÉTATS-UNIS MIAMI/TAMPA/F.LAUD./ORLAN./JACKS.	95-04-19 AU 95-04-27	PARTICIPER AUX SÉMINAIRES "SKI GROUP 95" EN FLORIDE ET RENCONTRER LES DIRECTEURS DE CLUBS DE SKI, DE GROSSISTES ET D'AGENCES DE VOYAGE.	OPÉRATIONS TRÈS IMPORTANTES EN CONTINUITÉ AVEC NOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES. 100 000 SKIEURS AMÉRICAINS PAR ANNÉE EN MOYENNE AU QUÉBEC. 133 800 EN 1992.	1781.73

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
VALIQUETTE, PIERRE (CHEF DU PRODUIT SKI)	710200	ÉTATS-UNIS WEST-SPING./PHILAD./WASHIN./CHEVEL.	95-10-13 AU 95-11-12	DIRIGER UNE MISSION DE VENDEURS QUÉBÉCOIS AU SALON DE MOTONEIGE À WEST-SPRINGFIELD (13 AU 15 OCTOBRE) ET AUX SALONS ET PROMOTION DE SKI À PHILADELPHIE (27 AU 29 OCTOBRE), WASHINGTON (3 AU 5 NOVEMBRE), CLEVELAND (10 AU 12 NOVEMBRE) ET ATLANTA (16 AU 18 NOVEMBRE). RENCONTRER LES GROSSISTES REPRÉSENTANTS DE CENTRES DE MOTONEIGE ET DE CLUBS DE SKI ET JOURNALISTES SPÉCIALISÉS DANS CES DEUX DOMAINES. VOIR AU MONTAGE ET AU DÉMONTAGE DES KIOSQUES. PIERRE VALIQUETTE: DU 13 OCTOBRE AU 12 NOVEMBRE 1995 ANDRÉ JEANNOTTE : DU 16 AU 18 NOVEMBRE 1995	LES RETOMBÉES GÉNÉRALES DE LA MOTONEIGE COMME ACTIVITÉ TOURISTIQUE ÉTAIENT DE L'ORDRE DE 33 MILLIONS \$ EN 1990. EN CONTINUITÉ AVEC NOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES, REJOINDRE LA CLIENTÈLE AMÉRICAINE DE SKIEURS ET LES INCITER À VENIR AU QUÉBEC.	5450.37
WATSON, SUZANNE (CHEF DU PRODUIT CIRCUITS)	503110	BELGIQUE/FRANCE BRUX./AMIENS/CAEN/REN./NANTES/PARIS	95-03-31 AU 95-04-09	RÉALISER LA PHASE 11 DU QUÉBEC EXPRESS. COMPTE TENU DU SUCCÈS OBTENU EN NOVEMBRE 1994, ACHALANDAGE, RETOMBÉES MÉDIATQUES, INTÉRÊT PARTENAIRES PRIVÉS TANT DE FRANCE QUE DU QUÉBEC, IL EST IMPORTANT DE POURSUIVRE L'OPÉRATION AU PRINTEMPS 1995. AINSI, À BRUXELLES, UN "MINI-MARKETPLACE" PERMET DE RENCONTRER LES VOYAGISTES BELGES ET DES AGENTS DE VOYAGE PUIS, PENDANT QUATRE JOURS LE TRAIN EXPOSITION FAIT LA PROMOTION DU QUÉBEC DANS LES VILLES CITÉES.	60 % DE LA CLIENTÈLE FRANÇAISE VIENT DES RÉGIONS FRANÇAISES AUTRES QUE PARIS. IMPORTANCE D'ÊTRE PRÉSENT EN RÉGION. CROISSANCE CONTINUE SUR CETTE DESTINATION. 350 000 TOURISTES EN 1994.	798.25
WATSON, SUZANNE (CHEF DU PRODUIT CIRCUITS)	507077	ÉTATS-UNIS BOSTON	95-08-08 AU 95-08-10	PARTICIPER, À TITRE DE MEMBRE DU COMITÉ DE SÉLECTION, AUX ENTREVUES POUR LA DOTATION DU POSTE D'ATTACHÉ TOURISTIQUE POUR LA DÉLÉGATION DU QUÉBEC EN NOUVELLE-ANGLETERRE.	RECRUTEMENT DE L'ATTACHÉE TOURISTIQUE MADAME SUZANNE MCNAMARA.	959.44
WATSON, SUZANNE (CHEF DU PRODUIT CIRCUITS)	710204	ÉTATS-UNIS ORLANDO	95-11-10 AU 95-11-18	CONDUIRE UNE MISSION D'ENVIRON 50 VENDEURS QUÉBÉCOIS POUR FAIRE LA PROMOTION DU QUÉBEC À LA BOURSE DE VOYAGE ANNUELLE DU "NATIONAL TOUR ASSOCIATION" (NTA) À ORLANDO (11 AU 18 NOVEMBRE). PRÉSENCE DE PRÈS DE 500 ACHETEURS AMÉRICAINS SPÉCIALISÉS DANS LES VOYAGES EN AUTOBUS.	PROMOTION POUR CLIENTÈLE AU QUÉBEC. 133 000 TOURISTES EN 1992.	2618.57

3. VOYAGES HORS DU QUÉBEC DEPUIS LE
1^{er} AVRIL 1995

NOM (FONCTION)	NO CT.	ENDROIT	DATE	BUT	BILAN ET RESULTATS	DÉPENSES
WATSON, SUZANNE (CHEF DU PRODUIT CIRCUITS)	710205	ÉTATS-UNIS PITTSBURG	95-12-03 AU 95-12-07	PARTICIPER, AVEC 30 VENDEURS QUÉBÉCOIS AU "AMERICAN BUS ASSOCIATION ANNUAL MARKETPLACE AND CONVENTION" POUR FAIRE LA PROMOTION DU QUÉBEC COMME DESTINATION TOURISTIQUE PAR LA PRÉSENTATION DE CIRCUITS ET DE SÉJOURS URBAINS POSSIBLES. PRÉSENCE DE PRÈS DE 500 ACHETEURS AMÉRICAINS.	PROMOTION POUR CLIENTÈLE DE GROUPE AU QUÉBEC. 133 000 TOURISTES EN 1992.	2275.29
WATSON, SUZANNE (CHEF DU PRODUIT CIRCUITS)	710231	CANADA TORONTO	96-02-19 AU 96-02-19	PARTICIPER, AVEC DES PARTENAIRES DE L'INDUSTRIE TOURISTIQUE DU QUÉBEC ET DE L'ONTARIO, À UNE RÉUNION DE L'ASSOCIATION ROUTE DE L'ÉRABLE AFIN DE DÉVELOPPER UN NOUVEAU CIRCUIT TOURISTIQUE AU JAPON.	ARRIMAGE DES ACTIONS DES DIFFÉRENTS PARTENAIRES DE L'ONTARIO SUR LE MARCHÉ JAPONAIS, RELATIVEMENT À LA ROUTE DE L'ÉRABLE.	526.17
WIGGAL-LAZARUS, JOSEPHINE (CONSEILLÈRE EN TOURISME À LONDRES)	503117	CANADA HALIFAX	95-05-06 AU 95-05-11	REPRÉSENTER LES DÉLÉGATIONS DU QUÉBEC À L'ÉTRANGER À LA BOURSE DE VOYAGE RENDEZ-VOUS CANADA, ENCADRER LEURS ACHETEURS DU PRODUIT TOURISTIQUE QUÉBÉCOIS RESPECTIFS ET FACILITER LES RENCONTRES ENTRE LES VENDEURS QUÉBÉCOIS ET LES ACHETEURS (GROSSISTES EN VOYAGES ÉTRANGERS).	OPÉRATION MAJEURE POUR CLIENTÈLE INTERNATIONALE PAR L'ENTREMISE DU RÉSEAU DES GROSSISTES ET AGENTS DE VOYAGE. AUX U.S.A, 15 À 20 % DES TOURISTES ACHÈTENT LEUR VOYAGE AU QUÉBEC PAR L'ENTREMISE DE CE RÉSEAU. OUTREMER, C'EST 30 À 50 %.	1050.00

4 - LISTE DES DÉPENSES EN PUBLICITÉ ET DES ARTICLES PROMOTIONNELS

PUBLICITÉ

Sommes dépensées pour l'année financière 1995-1996 (au 18 mars 1996)

<u>Publicité</u>	<u>Agence</u>	<u>Dépenses</u>
Au Québec	Groupe Everest	1 330 890,53 \$
	Beauchesne, Ostiguy et Simard inc.	191 451,46 \$
Été hors du Québec et outre-mer	BCP Stratégie•Créativité	1 921 443,29 \$
	Publicité Martin inc.	373 712,00 \$
Hiver et affaires hors du Québec	Cossette Communication-Marketing	<u>1 660 386,81</u> \$
		5 477 884,09 \$

But : Promouvoir le Québec comme destination touristique estivale (produits touristiques : séjour urbain, circuit, séjour de villégiature, chasse et pêche et aventure) auprès des marchés hors du Québec, nord-américains et outre-mer.

Promouvoir le Québec comme destination touristique hivernale (produits touristiques : ski, motoneige, aventure et séjour urbain) auprès des marchés hors du Québec nord-américains.

Promouvoir le Québec comme destination de premier choix pour les Québécois en leur présentant les produits et attraits suivants : circuit, séjour de villégiature, séjour urbain, aventure, festivals et manifestations touristiques.

ARTICLES PROMOTIONNELS**Sommes dépensées pour l'année financière 1995-1996**

<u>Item</u>		<u>Fournisseur</u>	<u>But</u>	<u>Dépenses</u>
100	stylos et souligneurs	Novapro	Journalistes	175,00 \$
2 350	chandails	Copilote	Clients des conseillers en tourisme Journalistes	24 087,50 \$
100	épinglettes Chasse et pêche	Publicité Trans-Canada	Journalistes	330,00 \$
3 300	épinglettes Bonjour	Publicité Maca inc.	Clients des conseillers en tourisme Journalistes	3 450,00 \$
100	casquettes moustiquaires	Produits Horizon	Journalistes	1 299,00 \$
350	foulards banito	Les Créations Sir	Journalistes	1 654,80 \$
500	cartes postales	Fotomania	Journalistes	125,00 \$
1 000	épinglettes Bonjour (nouveau modèle)	Copilote	Personnel d'accueil de Tourisme Québec Journalistes	1 865,00 \$
100	T-Shirts Québec Express	Les Créations Sir	Animateurs Québec Express	<u>589,00 \$</u>
				33 575,30 \$

5 - SONDAGES EFFECTUÉS EN 1995-1996

Sondages	Coût	Producteur
Enquête sur la fréquentation des terrains de camping du Québec durant l'été 1995	22 724 \$	Bureau de la statistique du Québec
Enquête sur la fréquentation des sites, des attraits et des bureaux d'informations touristique durant l'été 1995	8 634 \$	Bureau de la statistique du Québec

6 - ÉTUDES COMMANDÉES EN 1995-1996

Aucune

7 - CONTRATS DE SERVICES PROFESSIONNELS INFÉRIEURS À 25 000 \$ OCTROYÉS DEPUIS LE 1ER AVRIL 1995

Firme	Objet	Coût	Mode d'octroi
Aménagements Madex Inc.	Concevoir un système de support permettant de suspendre les moniteurs informatiques dans les maisons du tourisme.	1 975 \$	Contrat négocié de gré à gré
Ardilog Inc.	Procéder à l'informatisation de la banque de renseignements touristiques du Québec.	9 950 \$	Contrat négocié de gré à gré
Atelier J.D.	Fournir et installer un toit en chapiteau composé de bannières bleues et blanches lors de la bourse SCDA à Edmonton.	4 350 \$	Contrat négocié de gré à gré
Beauchemin, Elaine	Concevoir, par infographie, et réaliser le matériel d'identification, d'affichage et de signalisation lors du salon «Ontario-Québec Marketplace 1995».	4 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Beaulieu, Joanne	Concevoir, par infographie, le dépliant sur la motoneige, versions française et anglaise, et fournir les films finaux.	5 060 \$	Contrat négocié de gré à gré
BGM communication graphique Enr.	Concevoir et réaliser le graphisme et la photogravure de la brochure «Congrès 1995».	11 881 \$	Appel de proposition avec prix sur invitation
Cabinet de relations publiques national Inc.	Coordonner la présentation à la presse d'un bilan de la saison touristique d'été.	3 450 \$	Contrat négocié de gré à gré
Centre de langues Berlitz du Canada Limitée	Donner des cours de langue anglaise à une employée.	1 805 \$	Contrat négocié de gré à gré
Centre spécialisé de la mode du Québec	Superviser la production des uniformes des préposés aux renseignements touristiques.	4 590 \$	Contrat négocié de gré à gré
Charpentier Gameau Inc.	Réaliser le graphisme de l'encart du feuillet des événements hiver 1995.	1 500 \$	Contrat négocié de gré à gré

7 - CONTRATS DE SERVICES PROFESSIONNELS INFÉRIEURS À 25 000 \$ OCTROYÉS DEPUIS LE 1ER AVRIL 1995

Firme	Objet	Coût	Mode d'octroi
Demers, Chantale	Appliquer le calendrier de conservation aux différents dossiers de la Direction de la planification et de la recherche.	5 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Deschênes, Jean-Claude	Àgir à titre de personne-ressource pour la mise en place de l'unité autonome de service.	15 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Excel-Images Inc.	Concevoir, produire et distribuer, en Europe, un dépliant promotionnel portant sur les services fournis par la vidéothèque.	8 500 \$	Contrat négocié de gré à gré
Fonds du Bureau de la statistique du Québec	Réaliser six (6) simulations à partir de l'étude d'impact économique des dépenses touristiques effectuées au Québec en 1994 par les touristes.	3 300 \$	Contrat négocié de gré à gré
Forest, Joëlle	Coordonner les activités de la bourse «Reverse Market Place».	8 597 \$	Contrat négocié de gré à gré
Gordon, Fair Elizabeth	Àgir à titre de conseillère en tourisme au bureau du gouvernement du Québec à Toronto.	11 661 \$	Contrat négocié de gré à gré
Griffe Design Schirmer	Concevoir et réaliser des films pour papier à lettre, pochettes et couverture à trou avec graphisme de collection et logo «BONJOUR».	2 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Groupe innovation	Offrir un programme détaillé intitulé «Gérer la révolution du savoir» à un gestionnaire.	1 095 \$	Contrat négocié de gré à gré
Infinitude - Atelier de création	Créer les patrons de l'uniforme des préposés aux renseignements touristiques et confectionner dix (10) prototypes des composantes de l'uniforme.	1 745 \$	Contrat négocié de gré à gré

7 - CONTRATS DE SERVICES PROFESSIONNELS INFÉRIEURS À 25 000 \$ OCTROYÉS DEPUIS LE 1ER AVRIL 1995

Firme	Objet	Coût	Mode d'octroi
Informatique Multi Hexa Inc.	Donner des cours de formation sur le logiciel «Windows 95» au personnel de Tourisme Québec.	8 729 \$	Contrat négocié de gré à gré
Informatique Pro & Format Inc.	Donner des cours de formation en bureautique axé sur un environnement Windows aux employés localisés à Québec.	8 130 \$	Contrat négocié de gré à gré
Janko, Elaine	Agir à titre de consultante au service touristique de la délégation générale du Québec à New-York.	10 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
JPDL Multi Management Inc.	Organiser une activité promotionnelle lors du congrès de SITE à San Antonio, Texas.	2 659 \$	Contrat négocié de gré à gré
Julien, Michel	Produire deux (2) cahiers spéciaux visant la promotion du tourisme au Québec.	10 332 \$	Contrat négocié de gré à gré
Laliberté Lanctôt Coopers & Lybrand	Procéder à une vérification sommaire des données comptables afférentes à l'année financière 95-96 de la Société du Palais des congrès de Montréal.	9 500 \$	Contrat négocié de gré à gré
Leduc, Patrice	Conceptualiser et rédiger le scénario du produit vidéo «motivation» pour le marché américain.	6 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Léger-Leduc Enr.	Appliquer le calendrier de conservation aux différents documents photographiques de la phototèque.	5 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Logidec Inc.	Réaliser la composition typographique et les films finaux du journal «Hébergement Québec 1995», version française et anglaise.	8 765 \$	Contrat négocié de gré à gré

7 - CONTRATS DE SERVICES PROFESSIONNELS INFÉRIEURS À 25 000 \$ OCTROYÉS DEPUIS LE 1ER AVRIL 1995

Firme	Objet	Coût	Mode d'octroi
Média-source Canada	Réaliser l'analyse médiatique de la semaine nationale du tourisme.	1 700 \$	Contrat négocié de gré à gré
Microcode Inc.	Donner des cours de formation en bureautique axés sur un environnement Windows aux employés localisés à Montréal.	6 450 \$	Contrat négocié de gré à gré
Miyao, Mitsuru	Agir à titre de guide-interprète pour des journalistes japonais en tournée au Québec.	1 138 \$	Contrat négocié de gré à gré
National Travel Marketing	Réaliser la composition et procéder à l'impression du passeport «On the road to Quebec» et de la carte de signature du formulaire «Register to win».	2 380 \$	Contrat négocié de gré à gré
Néomédia	Concevoir et réaliser des éléments graphiques et des pages HTML sur le réseau électronique internet.	8 602 \$	Contrat négocié de gré à gré
Pierre Giguère & associés	Concevoir et réaliser l'espace Québec au pavillon du Canada lors du XX e congrès mondial de la route, tenu à Montréal.	1 350 \$	Contrat négocié de gré à gré
Première ligne communication	Concevoir et réaliser les éléments graphiques pour le site tourisme sur le réseau électronique internet.	3 325 \$	Contrat négocié de gré à gré
Pulsion Design	Concevoir et réaliser des éléments graphiques et des pages HTML sur le réseau électronique internet.	4 995 \$	Contrat négocié de gré à gré
Ross, Jim	Rédiger et reviser des textes d'une brochure promotionnelle sur le produit congrès, version anglaise.	3 250 \$	Contrat négocié de gré à gré

7 - CONTRATS DE SERVICES PROFESSIONNELS INFÉRIEURS À 25 000 \$ OCTROYÉS DEPUIS LE 1ER AVRIL 1995

Firme	Objet	Coût	Mode d'octroi
Saintonge vision design Inc.	Concevoir et réaliser le graphisme et la protogravure pour le supplément du feuillet «On the road 1995».	2 102 \$	Contrat négocié de gré à gré
St-Jacques, Anne-Marie	Appliquer le calendrier de conservation aux différents dossiers de la Direction de la planification et de la recherche.	5 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Studio Biplan Inc.	Réaliser l'infographie des corrections et des nouveaux textes du dépliant d'appel Québec Canada, version néerlandaise.	1 200 \$	Contrat négocié de gré à gré
Studio Paul Tom Inc.	Réaliser l'infographie et produire le logo «BONJOUR» en trois (3) versions.	1 000 \$	Contrat négocié de gré à gré
Takenoko Enr.	Fournir les services d'un guide-interprète pour des journalistes japonais lors d'une tournée à Québec.	1 650 \$	Contrat négocié de gré à gré
Techni carte Inc.	Produire trois (3) cartes géographiques illustrant les zones de chasse et de pêche au Québec ainsi qu'une carte d'accès routier vers le Québec.	3 425 \$	Contrat négocié de gré à gré

8 - CONTRATS QUI ONT FAIT L'OBJET D'UN VERSEMENT SUPPLÉMENTAIRE DEPUIS LE 1ER AVRIL 1995

Firme	Contrat initial	Supplément	Raison du dépassement
BGM Communication graphique Enr.	10 405 \$	1 476 \$	Modification au mandat initial par l'ajout de la conception d'une carte-réponse.
Cassidy, Brian	12 800 \$	1 110 \$	Modification au mandat initial par l'ajout d'heures à titre d'agent de soutien lors de la tournée de centres commerciaux dans différentes villes des États-Unis.
Chalifoux, Hélène	13 100 \$	1 369 \$	Modification au mandat initial par l'ajout d'heures à titre d'agente de soutien lors de la tournée de centres commerciaux dans différentes villes des États-Unis.
Forest, Joëlle	5 607 \$	2 990 \$	Modification au mandat initial par l'ajout d'heures à titre de coordonnatrice des activités de la bourse «Reverse Market Place».
Imprimerie Reproduction de Québec Inc.	3 017 \$	85 \$	Modification au mandat initial par l'ajout de l'assemblage de trois cents (300) copies du document touristique.
Mercier, Valérie	6 000 \$	466 \$	Dépréciation du dollar canadien face à la devise française.
Neault, Carole	6 000 \$	195 \$	Dépréciation du dollar canadien face à la devise française.

9 - DÉPENSES DE PHOTOCOPIE, TÉLÉCOMMUNICATION, MOBILIER, FOURNITURES ...,
VOYAGES ET SESSIONS DE PERFECTIONNEMENT EN 1995-1996

• Photocopie		31 471,73 \$
• Télécopie		26 627,62 \$
• Cellulaire		46 232,21 \$
• Téléavertisseurs		476,85 \$
• Mobilier de bureau		7 364,56 \$
• Fournitures de bureau		61 533,32 \$
- Agendas		899,70 \$
- Calculatrices		766,57 \$
- Valises		1 413,17 \$
• Distributeurs d'eau		4 603,39 \$
• Frais de transport		182 090,51 \$
• Frais d'hébergement et repas		203 310,84 \$
• Colloques, congrès et sessions de perfectionnement ou ressourcement		
a) au Québec	80 612,14 \$	
b) à l'extérieur du Québec	<u>7 291,28 \$</u>	
		87 903,42 \$

10. Liste des véhicules fournis

• Marque et modèle	Dodge Caravan 92 (2 véhicules)
• Coût d'acquisition et année de la transaction	14 967,22 \$/chacun - Juin 1992
• Entretien (réparation)	1 204,62 \$
• Essence	4 105,75 \$
• Assurances	Non applicable
• Immatriculation	138,00 \$/chacun
• Nom du bénéficiaire et poste	Gilbert Lamy et Yvon Demers - messagers
• Appels d'offres en 1995-1996	Aucun

11 - COTISATIONS PAYÉES PAR L'EMPLOYEUR À DES CORPORATIONS PROFESSIONNELLES OU À DES CLUBS PRIVÉS
(Clubs d'affaires, clubs sociaux, clubs de golf ou autres) EN 1995-1996

Nom du membre	Fonction	Nom de la corporation professionnelle ou du club privé	Coût
Chabot, Lynda	Chargée de projet - calendrier de conservation des documents semi-actifs	Association des archivistes du Québec	100,00 \$
Couturier, Michel	Directeur de la promotion	Le Publicité Club de Montréal	180,00 \$
Moisan, Jacques	Chargé de projet - contrats de publicité à l'extérieur du Québec	Le Publicité Club de Montréal	180,00 \$

**12- RÉPARTITION DU PERSONNEL MASCULIN ET FÉMININ, DES JEUNES DE MOINS DE 30 ANS, DES PERSONNES HANDICAPÉES,
ANGLOPHONES, AUTOCHTONES ET DES COMMUNAUTÉS CULTURELLES**

1995-1996

CORPS D'EMPLOI	PERSONNEL MASCULIN		PERSONNEL FÉMININ		JEUNES DE MOINS DE 30 ANS		PERSONNES HANDICAPÉES		ANGLOPHONES		AUTOCHTONES		COMMUNAUTÉS CULTURELLES	
Cadre	14	5,8 %	5	2,1 %	-	-	-	-	1	0,4 %	1	0,4 %	-	-
Professionnel	49	20,4 %	17	7,1 %	-	-	-	-	1	0,4 %	-	-	1	0,4 %
P.B.T.A.	29	12,1 %	120	50,0 %	20	8,3 %	-	-	2	0,8 %	1	0,4 %	5	2,1 %
Ouvrier	6	2,5 %	-	-	0	-	1	0,4 %	-	-	-	-	-	-
TOTAL	98	40,8 %	142	59,2 %	20	8,3 %	1	0,4 %	4	1,6 %	2	0,8 %	6	2,5 %

NOMBRE DE JOURS DE CONGÉ MALADIE, D'HEURES SUPPLÉMENTAIRES
ET DE JOURS DE VACANCES PRIS PAR LE PERSONNEL EN 1995-1996

A) CONGÉ MALADIE

MOIS	Cadre Sup.	Cadre Inter.	Prof.	Fonct.
AVRIL	-	-	32,50	112,50
MAI	1,00	0,50	37,50	111,00
JUIN	2,00	2,00	40,50	92,50
JUILLET	1,00	0,50	31,00	102,50
AOÛT	1,00	0,50	25,50	136,00
SEPTEMBRE	2,00	1,00	38,00	98,00
OCTOBRE	1,00	1,00	41,50	120,00
NOVEMBRE	1,00	2,00	40,00	103,50
DÉCEMBRE	1,00	-	34,00	67,00
JANVIER	8,50	1,00	26,00	88,50
FÉVRIER	-	3,00	24,50	72,50
MARS	-	-	-	-
TOTAUX	18,50	11,50	371,00	1 104,00

B) HEURES SUPPLÉMENTAIRES

MOIS	PROFESSIONNELS			FONCTIONNAIRES			TOTAL		
	Heures réalisées	Vacances	Argent	Heures réalisées	Vacances	Argent	Heures réalisées	Vacances	Argent
AVRIL	308,75	308,75	- \$	530,22	257,47	6 057,17 \$	838,97	566,22	6 057,17
MAI	377,26	377,26	- \$	511,08	257,83	5 505,03 \$	888,34	635,09	5 505,03
JUIN	336,00	336,00	- \$	795,35	293,97	10 986,97 \$	1 131,35	629,97	10 986,97
JUILLET	201,00	201,00	- \$	103,03	51,50	1 088,23 \$	304,03	252,50	1 088,23
AOÛT	266,88	266,88	- \$	65,75	65,75	- \$	332,63	332,63	-
SEPTEMBRE	1 003,50	945,50	1 567,75 \$	175,24	32,74	3 174,14 \$	1 178,74	978,24	4 741,89
OCTOBRE	463,08	463,08	- \$	288,49	146,74	3 192,89 \$	751,57	609,82	3 192,89
NOVEMBRE	207,25	154,00	1 557,82 \$	57,66	57,66	- \$	264,91	211,66	1 557,82
DÉCEMBRE	93,75	60,50	1 047,38 \$	305,43	117,10	4 488,96 \$	399,18	177,60	5 536,34
JANVIER	197,00	148,25	1 535,64 \$	102,82	53,82	1 182,30 \$	299,82	202,07	2 717,94
FÉVRIER	210,75	193,00	244,13 \$	41,50	35,00	127,86 \$	252,25	228,00	371,99
MARS	-	-	- \$	-	-	- \$	-	-	- \$
TOTAUX	3 665,22	3 454,22	5 952,72 \$	2 976,57 \$	1 369,58 \$	35 803,55 \$	6 641,79	4 823,80 \$	41 756,27 \$

C) VACANCES

MOIS	Cadre Sup.	Cadre Inter.	Prof.	Fonct.
AVRIL	8,00	7,00	50,50	60,50
MAI	8,50	-	57,00	85,00
JUIN	8,50	7,50	100,00	208,50
JUILLET	111,50	7,50	441,50	820,00
AOÛT	57,00	34,00	263,50	733,50
SEPTEMBRE	11,00	15,00	57,00	171,00
OCTOBRE	4,50	10,00	55,00	121,00
NOVEMBRE	14,00	4,00	49,50	103,50
DÉCEMBRE	20,50	10,00	26,50	93,50
JANVIER	25,00	11,00	56,50	169,00
FÉVRIER	1,00	2,50	28,50	95,50
MARS	-	-	8,00	34,00
TOTAUX	269,50	108,50	1 193,50	2 695,00

14. RENSEIGNEMENTS SUR L'EFFECTIF DU TOURISME

14 A- EFFECTIF RÉGULIER PAR CATÉGORIE D'EMPLOI (excluant les occasionnels)

ANNÉE BUDGÉTAIRE	CADRES SUPÉRIEURS ET INTERMÉDIAIRES	PROFESSIONNELS	TECHNICIENS	PERSONNEL DE BUREAU ET ASSIMILÉS	OUVRIERS	TOTAL
1995-96	20	64	30	92	5	211

14 B- NOMBRE D'EMPLOYÉS BÉNÉFICIAIRE D'UN TRAITEMENT ADDITIONNEL EN RAISON DE LA COMPLEXITÉ DES TÂCHES À ACCOMPLIR

ANNÉE BUDGÉTAIRE	NOMBRE
1995-96	17

14 C- NOMBRE D'EMPLOYÉS BÉNÉFICIAIRE D'UN TRAITEMENT SUPÉRIEUR À CELUI NORMALEMENT PRÉVU POUR LA TÂCHE QU'ILS ONT ACCOMPLIE

ANNÉE BUDGÉTAIRE	NOMBRE
------------------	--------

14 D- NOMBRE DE POSTES PAR CATÉGORIE D'EMPLOI ET PAR TERRITOIRE DE TRAVAIL

ANNÉE BUDGÉTAIRE	CADRES SUPÉRIEURS ET INTERMÉDIAIRES		PROFESSIONNELS		TECHNICIENS		PERSONNEL DE BUREAU ET ASSIMILÉS		OUVRIERS		TOTAL	
	QC	MTL	QC	MTL	QC	MTL	QC	MTL	QC	MTL	QC	MTL
1995-96	10	10	32	32	20	10	38	54	3	2	103	108

14 E- EFFECTIF PAR CATÉGORIE D'EMPLOI

Non-applicable.

14 F- NOMBRE DE POSTES OCCASIONNELS: 45 ETC
 NOMBRE DE POSTES TEMPORAIRES: 1
 NOMBRE DE POSTES CONTRACTUELS: 0

15 - LISTE DES BAUX

Sera répondue par le Conseil du trésor

16 - LOCATION D'ESPACES

Aucune location

17 - CONTRATS ATTRIBUÉS EN 1995-1996 À DES FIRMES DE COMMUNICATION, DE RECHERCHE OU DE RELATIONS PUBLIQUES

<u>FIRME</u>	<u>OBJET</u>	<u>DURÉE</u>	<u>COÛT</u>	<u>MODE D'OCTROI</u>
Cabinet de relations publiques national Inc.	Coordonner la présentation à la presse d'un bilan de la saison touristique d'été	0.5 mois	3 450 \$	Contrat négocié de gré à gré

18 - LISTE DES TARIFS (DROITS ET PERMIS) EN VIGUEUR POUR L'EXERCICE 1995-1996

Ne s'applique pas

19- PERSONNEL DE CABINET EN 1995-1996

Masse salariale annuelle autorisée 561,0 K\$

* Aucun employé du personnel politique ne fait partie de la fonction publique

Salaires, honoraires et contrats donnés par le Cabinet en 1995-1996:

. Salaires: 455 919 \$
. Honoraires: 900 \$
. Contrats: 4 640 \$

Nombre total d'employés au Cabinet: Sera répondue par le MICST

20 - PERSONNEL DE LA SUITE SOUS-MINISTÉRIELLE EN 1995-1996

Salaires et honoraires versés par la suite sous-ministérielle en 1995-1996:

. Traitements: 510 024 \$
. Honoraires: ---

Nombre total d'employés de la suite sous-ministérielle: Quatorze (14) employés

21 - SUBVENTIONS VERSÉES À MÊME LE BUDGET DISCRÉTIONNAIRE DE LA MINISTRE

Acta-Québec	5,0	Chambre de commerce de la Haute-Matawinie	5,0
Action nationale	0,7	Chambre de commerce de la vallée du Richelieu	2,5
Arts Sutton	10,0	Château de sable des Iles	1,0
Association d'affaires des premiers peuples	5,0	CDEC - Centre-sud / Plateau Mont-Royal	0,2
Association des diplômés de l'ITHQ	1,0	CIBL 101.5 FM	0,5
Association des hôteliers de la province de Québec	4,0	CIBL 101.5 FM	0,5
Association Maple Route de l'Érable	10,0	CISM 89.3 FM	0,5
Association des professionnels en développement économique du Québec	5,0	Classique internationale de canots de la Mauricie	2,0
Association québécoise d'animation globale	10,0	Comité de développement des bateaux de croisières	5,0
Association touristique régionale de Chaudières-Appalaches	2,0	Comité de la croix de Clermont	2,0
Association touristique régionale de l'Estrie	5,0	Comité des loisirs intermunicipal du secteur-sud	4,0
Association touristique régionale de Manicouagan	8,0	Comité de la mise à l'eau des cages	2,0
Association touristique régionale du Saguenay Lac Saint-Jean	15,0	Comité organisateur jeux du commerce	0,5
Associations touristiques régionales associées du Québec (ATRAQ)	3,5	Comité d'organisation de la rencontre internationale des floteurs	4,0
Boursiers de l'ITHQ (21 personnes)	5,0	Compétition provinciale des pompiers	2,0
Carnaval de Québec	300,0	Communauté Sépharade du Québec	0,1
Carrefour de la cuisine régionale au Québec	2,5	Communication Johanne Demers	1,0
Carrefour mondial de l'accordéon	1,0	Concours Jean Pictet	1,0
Cathédrale orthodoxe ukrainienne Sainte-Sophie	1,5	Confédération des organismes de personnes handicapées du Québec	0,5
Centre de promotion d'événements touristiques M.G.B.	20,0	Conseil québécois des ressources humaines en tourisme	10,0
Centre d'expertises touristiques des Laurentides	5,0	Conseil de la vie française en Amérique	1,5
		Coro Bimbi Belli	2,0

Corporation des célébrations du printemps	5,0	Festival de jazz de Rimouski	2,0
Corporation du centre d'art de Baie Saint-Paul	5,0	Festival Jeun'est de Montréal	0,5
Corporation de développement économique et touristique de Chambly	2,5	Festival des montgolfières de Gatineau	5,0
Corporation de développement touristique de Natashquan	2,0	Festival des montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu	5,0
Corporation de sauvetage aquatique Exact'eau	2,0	Festival western de Saint-Tite	5,0
Corporation du tourisme de Mont Saint-Pierre	0,5	Festival Gérard-Delage	5,0
Croisières Carleton-les-Iles Inc.	10,0	Fondation des gouverneurs	0,5
Édition commerciale	0,4	Grand Prix d'athlétisme de Montréal	5,0
Éditions continuité	1,0	Hebdo du Saint-Maurice	1,5
Éditions du Rineva	3,2	Hippodrome de la Vallée	2,5
Entreprises Bizier-Nadeau	3,5	IGLA 95	1,0
Fédération acadienne du Québec	0,1	Internationaux de tennis junior Canada	4,0
Fédération des associations des familles monoparentales du Québec	1,0	Jeunes Explos	10,0
Fédération des Pueri Cantores du Québec	2,5	Jonquière en neige	2,0
Fédération québécoise de camping et caravaning	2,0	Kéroul	5,0
Fédération québécoise des clubs de motocyclistes associés du Québec	2,5	Kéroul	5,0
Festival du cinéma en Abitibi-Témiscamingue	10,0	La Parole mètèque	0,5
Festival du cochon	1,5	L'Estival Juniart	1,0
Festival de la crevette	3,0	Moulin à musique	10,0
Festival d'été du Lac Témiscamingue	2,0	MRC de Lotbinière	1,0
Festival de la galette de sarrasin	2,0	MRC de Rimouski - Neigette	1,5
Festival international de jazz	4,0	MRC de Vaudreuil Soulanges	5,0
Festival international de musique actuelle de Victoriaville	7,0	Municipalité de la Paroisse de Parisville	1,5
		Office de tourisme de Laval	2,0
		Office de tourisme et congrès les vallées de l'Archipel et du Lac Saint-Pierre	7,5

Office du tourisme et des congrès de la communauté urbaine de Québec	5,0
Parlec Communications	6,0
Productions du festival de la parenté	2,0
Productions MHP	3,0
Productions rêves en stock	0,1
Publications touristiques L.C.R.	5,0
Publications touristiques L.C.R.	5,0
Québec dans le monde	0,1
Rallye des arts	5,0
Régates internationales de Valleyfield	3,5
Revue Terres en vues	1,0
Rimouski 1691-1996 Inc.	15,0
Rodéo du Camion	7,0
Salon des aînés du Québec	1,0
Sanscartier, Jean-Louis	5,0
Service des loisirs de Chibougamau	5,0
Société d'animation de la Promenade Bellerive	15,0
Société d'histoire de la Petite-Patrie-Rosemont	5,0
Société historique Machault	5,0
Société touristique de l'Anse à la Croix	1,5
Société zoologique de Saint-Félicien	1,5
Studio de musique ancienne de Montréal	2,5
Table de concertation sur le tourisme Hochelaga-Maisonneuve	10,0
Théâtre du gros mécano	1,0

Tour Ecclésia	10,0
Tour de l'Ile de Montréal	7,5
Tourisme Érable	2,0
Tourisme Matagami	2,0
Tournée de participatifs	1,5
Tournoi international de hockey Pee-Wee de Québec	0,5
Tournoi provincial de baseball pee-wee Saint-Stanislas	0,5
Traversée internationale du Lac Memphrémagog	5,0
World Association of detectives	2,5
Village des défricheurs	2,0

22 - CRÉDITS PÉRIMÉS 1995-1996

	('000 \$)
Élément 02 Promotion et développement du tourisme	1 500,0
Élément 04 Société du Centre des congrès de Québec	500,0

23 - TRANSFERTS OBTENUS DU GOUVERNEMENT FÉDÉRAL EN 1995-1996

Aucun transfert

24 - BILAN À JOUR DES MESURES DU PLAN STRATÉGIQUE DU GRAND MONTRÉAL

Sera répondue par le ministre d'État à la Métropole

25- Liste du personnel libéré ou embauché pour les activités référendaires ou préréférendaires

Sera répondue par le Conseil exécutif.

26- Liste du personnel libéré pour les négociations dans la fonction publique

Sera répondue par le Conseil du trésor.

27- Liste du personnel en disponibilité par catégorie d'emploi

Sera répondue par le Conseil du trésor.

28- Liste du personnel rémunéré qui n'occupe aucun poste

Aucun

29- Liste du personnel rémunéré et affecté à des organismes parapublics non gouvernementaux

Nom:	Tanguay, Claude
Assignment initiale:	Conseiller-cadre, Bureau du Responsable de la recherche et du développement
Assignment actuelle:	Prêté à l'Institut Armand Frappier du 96-01-01 au 97-06-30
Salaire:	70 396,00 \$

30- Liste du personnel rémunéré par des organismes parapublics non gouvernementaux affecté à Tourisme Québec

Aucun

31- Liste des cadres et hauts fonctionnaires qui ont démissionné, qui ont été réaffectés ou mis à pied

Démission: Aucun

Mise à pied: Aucun

Réaffectation: Aucun

32- Liste du personnel qui reçoit une double rémunération

Non-applicable.