



ASSEMBLÉE NATIONALE

DEUXIÈME SESSION

TRENTE-TROISIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

Commissions parlementaires

Commission permanente de l'économie et du travail

Étude des crédits du ministère du Tourisme

Le mardi 11 avril 1989 - No 47

Président : M. Pierre Lorrain

QUÉBEC

*Pres L
9 juin 1989*

Table des matières

Remarques préliminaires	
M. Michel Gratton	CET-2017
Mme Cécile Vermette	CET-2020
Promotion et développement de l'industrie touristique	CET-2022
Alimentation du budget et <u>crédits périmés</u>	CET-2022
Campagnes publicitaires	CET-2025
Congrès nationaux et internationaux	CET-2028
Aide à l'investissement touristique	CET-2030
Promotion d'événements touristiques	CET-2032
Taxe sur les chambres d'hôtel	CET-2035
Institut de tourisme et d'hôtellerie	CET-2036
Société du Palais des congrès	CET-2038
Adoption des crédits	CET-2039

Autres intervenants

M. John J. Kehoe, président

M. Ghislain Maltais

* M. Henri Chapdelaine, ministère du Tourisme

* M. Pierre Thibaudeau, idem

* M. Pierre Brodeur, Institut de tourisme et d'hôtellerie

* M. Bruno Fragasso, Société du Palais des congrès

* Témoins interrogés par les membres de la commission

Abonnement: 250 \$ par année pour les débats des commissions parlementaires
70 \$ par année pour les débats de la Chambre
Chaque exemplaire: 1,00 \$ - Index: 10 \$
(La transcription des débats des commissions parlementaires est aussi
disponible sur microfiches au coût annuel de 150 \$)

Chèque rédigé au nom du ministre des Finances et adressé à:
Assemblée nationale du Québec
Distribution des documents parlementaires
1060, Conroy, R.-C. Édifice "G", C.P. 28
Québec, (Québec)
G1R 5E6 161. 418-643-2754

Courrier de deuxième classe - Enregistrement no 1762

Dépôt légal
Bibliothèque nationale du Québec
ISSN 0823-0102

Le mardi 11 avril 1989

Étude des crédits du ministère du Tourisme

(Quinze heures vingt-neuf minutes)

Le Président (M. Kehoe): À l'ordre, s'il vous plaît! Je déclare la séance de la commission de l'économie et du travail ouverte.

La commission de l'économie et du travail est réunie afin de procéder à l'étude des crédits budgétaires du ministère du Tourisme, soit le programme 1, pour l'année financière 1989-1990. La durée de l'étude est d'une période de deux heures. Je demande au secrétaire s'il y a des remplacements.

Le Secrétaire: Non, M. le Président, il n'y a aucun remplacement.

Le Président (M. Kekoe): Je pense que, comme par les autres années, il y aura des remarques préliminaires par chaque parti. Comme il n'y a qu'un programme, nous ferons l'étude générale du programme et par la suite son adoption.

Je demande à M. le ministre s'il a des remarques préliminaires à faire.

Remarques préliminaires**M. Michel Gratton**

M. Gratton: Oui, M. le Président, et je vous remercie, mais, avant de faire ces remarques préliminaires, j'aimerais, pour le bénéfice des membres de la commission, présenter les gens qui nous accompagnent. En commençant par ma droite immédiate, M. Jacques Demers, qui est sous-ministre adjoint au ministère et qui remplace le sous-ministre, M. Jacques-Yves Therrien, qui est présentement hospitalisé. Il y a également, derrière, le président-directeur général du Palais des congrès, M. Bruno Fragasso, le directeur général de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie, M. Pierre Brodeur. Du ministère, le directeur général du marketing, M. Michel Carpentier, le directeur général du développement, M. Henri Chapdelaine, le directeur général des politiques et technologies d'accueil, M. Stanley Tremblay, le vice-président à l'administration et aux finances de la Société du Palais des congrès, M. Jean-Guy Sylvain, le directeur des ressources financières, M. Pierre-A. Thibaut, une analyste aux ressources financières, Mme Gilberte Tremblay, le secrétaire du ministère du Tourisme, M. Philippe Vaillancourt, et le secrétaire adjoint, M. Nicol Jean. Du cabinet ministériel, à ma gauche, le directeur du cabinet, M. Jean-Bernard Villemare, Mme Une Béland, attachée politique, M. Pierre Laramée, attaché de presse, Mme Ann Mundy, directrice adjointe du cabinet, et Mme Suzanne Watson, qui elle n'est pas membre du cabinet mais qui est aux relations humaines. Je m'excuse auprès de Mme Watson.

Alors, M. le Président, c'est avec beaucoup de plaisir que je propose à la commission aujourd'hui d'adopter les crédits du ministère du Tourisme pour l'année 1989-1990. L'année qui vient de se terminer a été marquée par la réorganisation du ministère et par l'élaboration d'une stratégie de marketing qui va nous permettre d'atteindre un objectif fondamental à mon sens, c'est-à-dire une utilisation maximale de nos ressources humaines et financières. Au cours de ce bref exposé, vous serez en mesure de constater que notre démarche a été rigoureuse et fondée sur un examen critique de l'activité touristique québécoise et concurrentielle.

Nous avons concentré nos efforts afin d'impliquer au plus haut degré tous nos partenaires. Leur adhésion à des préoccupations stratégiques communes et le dynamisme soutenu dont ils ont fait preuve, et dont ils font preuve, sont des éléments majeurs sans lesquels nous ne pourrions atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés.

Le tourisme joue un rôle croissant partout au Québec. L'activité économique qu'il génère est impressionnante. C'est pourquoi il était impératif de nous doter d'une véritable approche industrielle en matière de tourisme. Il s'agit de la troisième industrie en importance au Québec, avec des retombées annuelles de 3 400 000 000 \$.

Le rôle du ministère du Tourisme étant d'assurer la promotion et le développement de l'activité touristique, il nous est apparu essentiel, dans un premier temps, de dégager un diagnostic clair et précis du tourisme au Québec. Dans cette perspective, le 13 mai dernier, nous avons mandaté une société-conseil, en l'occurrence la firme Samson Bélair, afin de réaliser une étude susceptible de nous permettre de doter l'industrie du tourisme d'un plan d'action d'ensemble en matière de promotion touristique. Trois phases critiques ont caractérisé l'opération qui s'est déroulée de mai à septembre 1988: la production d'une analyse de situation, l'établissement d'un diagnostic stratégique et la réalisation du plan stratégique triennal.

Quant au diagnostic, on constate que, quoique peu différente de celle du Canada, il est apparu que la situation touristique au Québec était dans un état de stagnation depuis 1980. Je vous en cite quelques illustrations: La diminution de la part du tourisme dans le produit intérieur brut québécois, la chute du niveau des dépenses touristiques des Québécois au Québec, la stabilité relative des recettes touristiques globales en dollars constants au cours de la période 1980-1986.

Plusieurs causes expliquant cette situation ont été identifiées. Parmi celles-ci figurent les pressions concurrentielles à l'échelle internationale, une offre mal adaptée à la demande ainsi

que la dispersion et la timidité des efforts de mise en marché du produit touristique.

Forts de ces constatations, nous avons pu élaborer un plan qui, croyons-nous, est susceptible de redresser la situation d'ici 1992. Les grands axes de notre stratégie se répartissent de la façon suivante: d'abord, concentration et rpr .rcement se traduisant par un ciblage judicieux des produits et des marchés et une consolidation de l'offre; deuxièmement la concertation et le leadership, ce qui signifie la mise en place de mécanismes permettant de départager et d'apporter un complément aux rôles des partenaires de l'industrie; finalement, les associations et les alliances, ce qui suppose l'exploitation accrue des occasions de commercialisation conjointe avec des partenaires gouvernementaux et privés sur les marchés internationaux.

Notre stratégie vise des objectifs précis: Premièrement, accroître de 3 % la part du marché du Québec au sein des dépenses touristiques des Québécois pour atteindre une part équivalente à 37 %; deuxièmement, assurer une progression des recettes hors Québec supérieure à 2 % en visant un objectif de vente de Tordre de 4 500 000 000 \$; troisièmement, accroître de 2 % la part du marché du Québec au sein des recettes touristiques canadiennes pour atteindre une part équivalente à 18 %. On aura compris, M. le Président, qu'il s'agit là d'objectifs du plan triennal et donc que nous visons pour 1992.

Concrètement, nous avons reciblé nos produits et nos marchés de la façon suivante; les études nous ont démontré que le touriste était davantage sensible à des produits qu'à des régions et ce, dans le cas spécifique du Québec. L'approche région a donc été délaissée pour faire place à huit grands produits qui sont, dans l'ordre: les grandes villes, les circuits, les séjours, les congrès et réunions de compagnies, le ski alpin, la chasse et la pêche, la motoneige et, finalement, l'aventure. Ce sont ces produits que le Québec a à vendre et qui vont faire l'objet de nos efforts de promotion.

Nous avons, par ailleurs, redistribué nos efforts de promotion en fonction du potentiel réel de nos marchés prioritaires. Ainsi, 70 % des efforts de promotion seront maintenant consacrés au marché regroupant le Québec, l'Ontario et les États du nord-est américain; 25 % des efforts seront dirigés vers les États de l'Atlantique sud, les États du nord-est et la France; finalement, 5 % des efforts iront vers des territoires plus éloignés, tels la Californie, le Japon, l'Allemagne, la Grande-Bretagne. Nous entendons, cependant, exploiter ce dernier marché en association avec nos partenaires de l'Ontario et du Canada.

À la suite du dépôt du plan stratégique de marketing en novembre, le ministère a amorcé un certain nombre d'actions dont l'impact est déjà ressenti par le milieu. Notons, à ce chapitre, l'élaboration d'une politique ministérielle de développement et de promotion, la réorganisation administrative de la direction générale du

marketing dont la création d'une Direction stratégie et planification marketing et la mise sur pied d'un secrétariat des programmes associatifs. Nous avons commandé à nos fonctionnaires la production d'un plan marketing annuel 1989-1990 correspondant à la première année d'implantation du plan stratégique triennal.

L'ensemble de notre démarche promotionnelle en 1988-1989 nous commandait également la réorientation des campagnes publicitaires en fonction de notre nouvelle approche produit-clients. Dans ce contexte, nous avons lancé une vaste offensive publicitaire auprès d'un bassin de plus de 20 000 000 de personnes en Ontario et dans les États du nord-est et du centre-est des États-Unis. Nous consacrons à cette campagne une enveloppe budgétaire de 3 200 000 \$, ce qui implique une augmentation de 20 % par rapport à notre campagne hors Québec de 1987-1988.

Par ailleurs, nous allons lancer cette semaine une autre campagne extrêmement importante qui devrait nous permettre d'accroître les revenus touristiques provenant des Québécois eux-mêmes, il s'agit d'une campagne intra-Québec où nous allons réinviter les Québécois à visiter leur province. Depuis trois ans, la conjoncture économique nous avait contraints à délaisser ce volet de promotion. À la lumière de nos analyses, il nous apparaît évident que la vive concurrence internationale ne nous laisse d'autre choix que de tenter de raviver l'engouement des Québécois pour le Québec comme lieu de vacances. Nous consacrerons donc une somme de près de 1 000 000 \$ pour notre campagne intra-Québec.

Plus tard, à la fin de l'été, nous lancerons un troisième volet promotionnel dirigé vers l'Ontario et les États-Unis afin de vendre nos produits hiver, la campagne Agrément-hiver dans laquelle nous investirons 1 600 000 \$.

Puisque nous parlons, M. le Président, des campagnes publicitaires du ministère du Tourisme, vous me permettrez de citer quelques chiffres qui me sont parvenus ce matin même et qui illustrent parfaitement l'impact de notre démarche promotionnelle cette année.

Ainsi, depuis le lancement de notre campagne Agrément-été hors Québec, nous avons reçu pas moins de 12 797 demandes d'information en provenance des États-Unis entre le 27 mars et le 9 avril 1989. Cela représente une augmentation inespérée de l'ordre de 75 % par rapport à la même période l'an dernier. Par ailleurs, nous avons répondu, dans la seule journée d'hier, à 2993 demandes de renseignements, ce qui constitue un record de tous les temps en termes de ratio appels par jour.

Cette intense activité suscitée par notre campagne a commandé l'engagement de 35 téléphonistes supplémentaires pour une période de dix semaines. Nous sommes convaincus que l'impact de notre campagne intra-Québec sera tout aussi percutant et nous permettra des performances inégalées jusqu'ici.

M. le Président, au nombre des réalisations cette année, je soulignerai également que nous avons développé une signature touristique de marque du Québec et un graphisme de collection applicable à toutes les nouvelles publications du ministère. Du même souffle, nous avons procédé à l'élaboration d'une nouvelle politique de publication incluant la production d'une brochure Agrément-été, d'une brochure Agrément-hiver et d'une brochure Affaires de même qu'un manuel de vente destiné au réseau de distribution.

En matière de développement du produit, notre politique visant à faire de l'entreprise privée le principal investisseur donne des résultats pour le moins reluisants. Qu'il me suffise d'indiquer qu'en 1988-1989 nous avons autorisé des aides financières totalisant 31 185 424 \$ qui ont favorisé des investissements de plus de 130 269 000 \$. Il s'agit d'une augmentation remarquable de 42 % par rapport à l'année précédente.

Au cours de l'année, la Direction du crédit touristique a reçu 137 demandes d'aide financière et 68 de ces demandes ont été recommandées. La SDI, pour sa part, a entériné 47 de ces recommandations et 50 dossiers demeurent encore à l'étude. Au nombre de nos priorités pour 1989-1990, nous entendons accentuer encore notre action afin de fournir davantage d'information sur le développement du produit. Nous allons également déployer des efforts pour l'obtention de crédits pour la prise en charge d'intérêt, l'aide à l'investissement dans les secteurs prioritaires, la mise en place de nouveaux programmes d'aide pour les pourvoiries, la prospection de nouveaux investisseurs et la recherche de savoir-faire. Par ailleurs, nous sommes actuellement en négociation avec le gouvernement fédéral pour la reconduction d'une entente auxiliaire Canada-Québec sur le développement touristique. Cette démarche s'harmonise d'ailleurs avec l'examen des opportunités d'action conjointe de promotion.

L'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec. On sait que, sur le plan de la formation, l'institut a poursuivi son action sur de nouvelles bases en 1988-1989. La loi 19 adoptée par l'Assemblée nationale le 14 juin dernier a modifié le statut de l'ITHQ tout en le confirmant dans son mandat. Par cette loi, l'institut est devenu une corporation gouvernementale et est maintenant autonome du ministère du Tourisme pour sa gestion. C'est un conseil d'administration composé très largement de représentants de l'industrie touristique qui préside aux destinées de l'institution. L'ITHQ a dispensé cette année son enseignement à 863 étudiants réguliers et il me fait plaisir d'indiquer que sa qualité d'enseignement est à ce point reconnue que 94 % des finissants sont maintenant sur le marché du travail.

Par ailleurs, l'éducation aux adultes a dispensé des cours à 4328 personnes par le biais d'une soixantaine de programmes de formation.

L'institut s'est donné comme priorité pour l'année en cours de compléter son processus d'autonomie et d'augmenter et diversifier sa clientèle en développant des stratégies de marketing appropriées.

Le Palais des congrès de Montréal. Je compléterai ce rapide tour d'horizon du bilan et des perspectives avec la Société du Palais des congrès de Montréal qui relève du ministère du Tourisme. Au cours de la dernière année, la société a repris à sa charge la sollicitation de congrès et autres événements sur le marché américain. Des efforts de commercialisation ont été déployés particulièrement dans les grands centres américains tels New York, Chicago et Washington. Parallèlement à cette démarche, la Direction des ventes a accentué son action de sollicitation des marchés internationaux et canadiens. 127 événements se sont déroulés au Palais des congrès de Montréal au cours de l'année pour un taux d'occupation de 62 % qui est comparable au taux actuel des centres de congrès de l'Est des États-Unis. Les activités de congrès, les réunions ou expositions ont généré des retombées économiques approximatives de 75 000 000 \$ pour le Québec et pour la région de Montréal en particulier. Les priorités pour 1989-1990 iront vers l'intensification des efforts de promotion sur tous les marchés précités afin d'accroître pour les années à venir le taux d'occupation du Palais des congrès et surtout les retombées économiques conséquentes.

En conclusion, M. le Président, l'année 1988-1989 nous aura permis d'imprimer un mouvement de renouveau pour le tourisme. Toutes les actions des dernières années nous amenaient vers un virage nécessaire dans le secteur du tourisme. Nous avons le devoir de faire du tourisme une activité économique en santé. Pour ce faire, nous devons nous doter des instruments adéquats et nous doter d'une approche industrielle moderne. Ce volet de notre mission est accompli avec la mise en place de notre plan stratégique de marketing. Nous sommes également heureux d'avoir créé une nouvelle synergie entre tous les partenaires de l'industrie sans laquelle toute action du ministère serait vouée à l'échec ou, au mieux, au demi-succès. Le travail est, bien sûr, loin d'être terminé. Nous préparons actuellement le deuxième volet de notre mission fondamentale qui consiste en l'élaboration d'un plan stratégique de développement du tourisme qui sera aussi capital pour l'avenir de l'industrie et qui devrait être présenté au cours de l'année qui s'amorce.

(15 h 45)

Vous me permettrez en terminant, M. le Président, de souligner le magnifique travail de tous les employés du ministère au cours de cette année 1988-1989. Je veux leur témoigner toute mon appréciation pour le soutien constant qu'ils apportent aux objectifs que nous nous fixons, c'est-à-dire faire du tourisme au Québec une industrie en santé et projeter du Québec une

image dynamique et accueillante.

Le Président (M. Kehoe): Merci, M. le ministre. Je demande à la porte-parole de l'Opposition et députée de Marie-Victorin de bien vouloir faire ses remarques préliminaires.

Mme Cécile Vermette

Mme Vermette: Merci, M. le Président. À mon tour, il me fait plaisir de vous remercier d'être tous présents ici à l'occasion de l'étude des crédits. Effectivement, tout autant que le gouvernement, je pense que la préoccupation de l'Opposition est de faire de l'institut de tourisme une ressource économique importante au Québec et de prendre tous les moyens nécessaires pour réaliser ce souhait.

Au-delà des mots, je pense qu'il est important qu'il y ait de vraies réalisations. Dans le discours du ministre, à la page 3 de son diagnostic, on retrouve toujours le même discours, à savoir que les maux, ce qui fait que ça va plus ou moins bien actuellement, c'est parce que, antérieurement, il y a eu un autre gouvernement. Mais on fait toujours abstraction qu'actuellement il y a certaines lacunes, ce qui fait qu'encore une fois, en matière de tourisme, ça stagne à l'heure actuelle, même au-delà du discours qu'on vient d'entendre.

L'étude des crédits nous offre, chaque année, la possibilité de faire le point en matière de tourisme. Aujourd'hui, je profiterai des premiers instants qui me sont accordés pour faire une courte analyse des réalisations du gouvernement libéral ainsi que de ses nouvelles orientations. Après trois ans et demi de régime libéral, cela s'impose, il va de soi.

En novembre 1985, les candidats libéraux gagnaient la faveur de l'électorat en s'engageant formellement à réaliser plusieurs dizaines de projets par le biais de divers ministères québécois. En tourisme seulement, les candidats libéraux se commettaient sur près de dix sujets. Ils promettaient d'apporter de grands changements à l'industrie touristique. Voyons où nous en sommes maintenant, quelque 41 mois plus tard.

En matière de formation et de recherche, par exemple, le gouvernement libéral accuse un retard inacceptable par rapport à ses promesses de l'automne 1985. En effet, qu'arrive-t-il du centre de recherche spécialisé en tourisme qu'il promettait de créer et qu'arrive-t-il aussi du centre de données de l'entreprise touristique?

Les performances du gouvernement quant à son programme destiné aux organisateurs de tours québécois sont tout aussi décevantes, puisqu'on promettait en 1985 de consacrer 1 000 000 \$ par année à ce programme. Pourtant, en 1988, à la troisième année de ce gouvernement, cet objectif n'a même pas été atteint. Les organisateurs n'ont reçu qu'un peu plus de 442 000 \$ l'an dernier, c'est-à-dire moins que

50 % de l'objectif initial de 1 000 000 \$ qui avait été justement proposé comme étant quelque chose d'important.

Le développement touristique ne se porte pas mieux. Le fonds de mise en valeur touristique n'a pas été créé, pas plus que les zones d'aménagement homologuées. Le ministre pourrait-il nous dire également où en est rendu le projet de réseau régional d'établissements hôteliers de 50 chambres et moins qu'on promettait aux citoyens en novembre 1985? Probablement que non.

L'inaction du gouvernement actuel est chronique. Pourtant, l'industrie touristique mérite un appui solide sans lequel elle est vouée à dépérir rapidement. Si le gouvernement décide de poursuivre dans la même voie, ce secteur névralgique souffrira grandement. D'ailleurs, si l'on se fie à certaines statistiques disponibles, la décroissance est déjà amorcée. En effet, au chapitre des congrès seulement, la situation est presque désastreuse. Les statistiques rendues publiques par le baromètre touristique indiquent que le nombre de congrès tenus à Montréal en 1988 a chuté de 37,2 % par rapport à 1987. La ville n'a accueilli que 174 congrès comparativement à 277 en 1987. La capitale politique ne se porte guère mieux, puisqu'elle a enregistré une baisse de 29,5 %. Québec n'a en effet reçu que 201 congrès en 1988 par rapport à 285 en 1987.

Le ministre nous parlera certainement de la croissance générale de l'industrie touristique en 1988. Pourtant, elle n'a été que de 1 %. Cela est très peu, si l'on considère que le flux touristique mondial est en croissance soutenue.

De toute évidence, la société québécoise perd du terrain en matière touristique. Elle continuera d'en perdre si le gouvernement libéral hésite encore à accorder davantage de crédits au ministère chargé d'appuyer le secteur touristique.

L'industrie touristique a incontestablement besoin de l'appui de l'État. Pourtant, après quatre années de pouvoir, le gouvernement aura dépensé 42 000 000 \$ de moins par rapport aux dépenses de 1985-1986 du gouvernement précédent. Ce gouvernement aura réussi à compresser ses dépenses en choisissant de ne pas indexer son budget. Ainsi donc, pour 1989-1990 seulement, il s'agit d'une coupure de 9 200 000 \$, puisque les crédits que nous nous apprêtons à voter ne représentent que 66 400 000 \$ en dollars d'aujourd'hui par rapport aux dollars de 1985.

Je vous rappellerai que les dépenses s'élevaient à 75 800 000 \$ en 1985-1986. Afin de se justifier, le ministre nous dira sans doute que son ministère vient d'annoncer un nouveau plan de marketing qui permettra, entre autres, de développer de meilleurs instruments de promotion. Nous savons tous, cependant, que sans des crédits suffisants toutes les mesures, aussi dynamiques et profitables qu'elles pourraient l'être, ne parviendront jamais à donner les fruits escomptés.

Nous aurons probablement la chance de nous pencher sur les sommes dépensées depuis 1985-1986 jusqu'à aujourd'hui et de vérifier, justement, où sont passés les véritables efforts du gouvernement en matière de développement touristique.

Le Président (M. Kehoe): Y a-t-il d'autres membres de la commission qui désireraient faire des remarques préliminaires? M. le ministre, avez-vous une réponse?

M. Gratton: Quant à moi, nous sommes prêts à entamer...

Le Président (M. Kehoe): Nous allons procéder. Il y a seulement un programme, le programme de promotion et de développement de l'industrie touristique. Nous allons procéder.

Mme Vermette: Avant de commencer, j'aurais aimé vous faire part de certaines choses. Avant de faire l'étude des crédits, nous avons demandé de recevoir des réponses, lesquelles nous n'avons pas reçues. Donc, je vais vous faire part des questions que nous avons posées et pour lesquelles nous n'avons pas reçu les réponses. Il s'agit de demandes qui touchent les voyages hors Québec. Est-ce que cette liste est complète? Est-ce qu'elle inclut des voyages qu'auraient pu faire des députés et des ministres, ou est-ce parce qu'il n'y en a pas? Est-ce parce qu'ils n'en ont pas fait?

M. Gratton: Effectivement, il n'y en a pas, parce que le ministre n'a pas voyagé.

Mme Vermette: C'était ça qu'on voulait vérifier, de toute façon, au point de départ, si la liste...

M. Gratton:...

Mme Vermette: La deuxième demande était au sujet des listes du personnel du cabinet et de la suite ministérielle. Concernant la suite ministérielle, on ne l'a pas.

M. Gratton: La suite ministérielle?

Mme Vermette: On ne l'a pas du tout, celle-là. La liste du personnel du cabinet, on en a une, mais pas depuis 1985.

M. Gratton: Avez-vous reçu la liste des membres du cabinet politique? Vous n'en avez pas reçu du tout?

Mme Vermette: Oui. C'est parce qu'il nous manque celles de 1985-1986 et 1986-1987.

M. Gratton: Moi, je vous ai transmis celle de mon cabinet politique depuis que je suis en poste, mais c'est sûr que je ne vous ai pas

transmis la liste du cabinet politique avant, parce qu'il n'y en avait pas.

Mme Vermette: Je comprends très bien votre façon de voir les choses, mais c'est parce que la demande de l'Opposition était de l'avoir pour les quatre dernières années.

M. Gratton: Je conviens que l'Opposition demande plus, possiblement, mais, dans le cas du ministère du Tourisme, la question ne se pose pas puisque mon prédécesseur, le député de Maskinongé, cumulait les deux postes, celui du ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche et celui du ministère du Tourisme, et ne disposait donc que d'un cabinet politique pour les deux ministères. Effectivement, je pense qu'il y avait une personne dans son cabinet, au ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, qui travaillait de façon particulière sur les dossiers du ministère du Tourisme, mais on retrouvera dans les réponses qu'il aura fournies, comme ministre du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, l'ensemble des membres de son cabinet, puisqu'il n'y en avait pas d'affectés particulièrement. Par exemple, la suite ministérielle au ministère du Tourisme n'était pas occupée, sauf pour des visites sporadiques qu'effectuait mon prédécesseur au ministère du Tourisme, à l'époque.

Mme Vermette: Est-ce que maintenant elle est occupée, ou est-ce qu'on peut avoir la liste pour maintenant?

M. Gratton: La liste?

Mme Vermette: Des sous-ministériels?

M. Gratton: Sous-ministérielle.

Mme Vermette: On ne l'a pas eue. Même si elle n'avait pas été occupée sous l'ancien ministre, si vous nous dites qu'elle est maintenant occupée, on pourrait peut-être avoir la liste.

M. Gratton: Alors, on va vous la faire parvenir, c'est un oubli, tout simplement.

Le Président (M. Kehoe): Vous vous engagez à faire parvenir la liste?

M. Gratton: Oui, formellement, M. le Président.

Mme Vermette: Il y avait une troisième demande aussi, c'était les contrats et les budgets discrétionnaires, de 1986-1987, 1987-1988, 1988-1989. On ne les a pas reçus, non plus.

M. Gratton: C'est parce qu'il n'y a pas eu de contrats discrétionnaires.

Mme Vermette: Non?

M. Gratton: Pas de voyages, pas de contrats discrétionnaires.

Mme Vermette: En fait, il aurait suffi de mettre une note et cela nous aurait évité de poser les questions actuelles.

M. Gratton: J'ai une note ici, dans le cahier, qu'on a indiqué "Aucun contrat".

Mme Vermette: On n'a pas l'esprit si tordu que cela, vous savez, mais, quand on n'a pas de réponse, on se pose des questions.

M. Gratton: Dans la liste qu'on vous a transmise, à la deuxième page, au point 14, "Liste des contrats donnés à même le budget discrétionnaire du cabinet du ministre", il y a une notation: "Aucun contrat".

Mme Vermette: Bon alors, voilà!

M. Gratton: Je pense qu'on a bien fait cela, finalement.

Mme Vermette: On verra à la fin si on peut vous décerner une médaille ou non.

Promotion et développement de l'industrie touristique

Le Président (M. Kekoe): Pour le moment, nous allons procéder à l'étude du programme, le seul que nous avons.

Augmentation du budget et crédits périmés

Mme Vermette: Nous allons le prendre, si vous le voulez...

Le Président (M. Kekoe): Dans l'ensemble.

Mme Vermette: ...dans l'ensemble. Si on compare des pommes avec des pommes et des oranges avec des oranges, on s'aperçoit qu'il y a une baisse des crédits et tout ce qu'on peut voir à l'heure actuelle, c'est que ce qu'on a par rapport à l'année 1988-1989, c'est une augmentation de 1,4 %, tout simplement, si on prend les crédits projetés. Évidemment, si vous prenez les crédits qui ont été dépensés en 1988-1989, donc si on compare des pommes avec des oranges, c'est bien sûr qu'on arrive plus; il y a un écart qui augmente beaucoup plus, cela fait une augmentation de 7,7 % pour le ministère. Donc, comme il y a eu beaucoup de crédits périmés, on n'a aucune certitude que les crédits, qui sont là pour 1989-1990 seront entièrement dépensés pour le ministère du Tourisme. Si on regarde le nombre de crédits qui ont été périmés l'an dernier, il risque de se passer la même chose encore cette année. Donc, je pense qu'il faut un effort beaucoup plus substantiel que 1,4 % pour

le ministère du Tourisme pour arriver à atteindre les objectifs que vous visez. On risque d'être essouffés en cours de route, ou vous devrez aller recogner à la porte du Conseil du trésor pour vous faire voter des crédits supplémentaires, à mon avis.

M. Gratton: Évidemment, je pourrais toujours répondre qu'il faudrait attendre le discours sur le budget pour voir si des sommes ne viendront pas s'ajouter. Par exemple, l'an dernier, on se rappellera qu'à l'étude des crédits nous n'avions pas pris en cause le fait que, dans le discours sur le budget qui a suivi, on a ajouté 5 000 000 \$ à l'enveloppe de promotion du ministère qui n'apparaissaient pas aux crédits tels que déposés.

Au-delà de cela, je ne pense pas que l'objectif que doivent viser les administrateurs publics soit nécessairement de dépenser le plus possible, mais bien plus de dépenser le plus judicieusement possible les crédits mis à leur disposition. Je ne suis pas du tout gêné de voir des crédits être périmés. En fait, je souhaite que nous arrivions à périmier des crédits au cours du prochain exercice financier, si nous réussissons à le faire tout en répondant aux besoins.

Par exemple, en nous comparant avec l'Ontario - on le fait constamment - nous pourrions toujours déplorer que nous ne disposions pas des mêmes sommes. On sait que l'Ontario est un concurrent très immédiat du Québec dans l'industrie touristique. Bien sûr, je ne saurais que reconnaître le bien-fondé de pouvoir disposer de sommes analogues afin de concurrencer l'Ontario, mais le fait demeure qu'on dort vivre avec la situation telle qu'elle existe. Les compressions budgétaires décidées par le gouvernement ne sont pas le fruit d'un objectif imaginaire. On doit vivre selon nos moyens.

(16 heures)

Nous avons pensé qu'il fallait, dans un premier temps, nous assurer que les ressources, quelles qu'elles soient, consacrées au ministère du Tourisme puissent être utilisées le plus efficacement possible. Cela nous a semblé devoir passer par les opérations que nous avons faites au cours de l'année dernière, soit la préparation d'un plan de stratégie-marketing qui, bien sûr, nous fera dépenser peut-être beaucoup moins d'efforts et de ressources pour certains marchés qui, de prime abord, pourraient nous apparaître attrayants. Mais, lorsqu'on en fait l'analyse, on doit reconnaître qu'on doit cibler plus précisément et c'est là l'objet.

Évidemment, avec des fonds illimités, on pourrait faire une promotion beaucoup plus importante sur les marchés du Japon, de l'Allemagne et de la Grande-Bretagne, par exemple. Avec les crédits dont nous disposons pour l'année en cours et grâce à cet objectif qu'on s'est donné de procéder par association plutôt que de combattre et de se chicaner avec le

gouvernement fédéral, nous pensons qu'il est plus efficace de travailler en association avec lui sur les marchés plus éloignés comme le Japon et la Californie, par exemple. C'est ainsi qu'on a signé des ententes de réciprocité avec l'Ontario. C'est ainsi que, dans la région de la capitale nationale, Hull-Ottawa, nous faisons une promotion conjointe. Vous allez retrouver, dans les brochures qu'on vous a remises, des mentions d'Ottawa - imaginez le sacrilège - comme destination touristique. Nous croyons que c'est justement ainsi qu'on va obtenir des résultats concrets et probants.

Donc, je répondrai à la question très candide, c'est bien sûr que, si on me donne 25 000 000 \$ pour faire la promotion du Québec sur nos marchés, j'en ferai beaucoup plus qu'avec 18 000 000 \$. Mais il me semble que, compte tenu des besoins globaux du gouvernement et de la répartition des crédits, nous devons surtout nous acharner à dépenser les crédits à notre disposition le plus efficacement possible. Ce sont, je pense, les outils que nous nous sommes donnés pour atteindre cet objectif au cours de la dernière année.

Mme Vermette: Je veux bien croire, M. le ministre, que les capacités de l'État sont toujours limitées, qu'il faut cibler et qu'il ne faut pas dépenser de l'argent inutilement. J'en suis. Voici où je vous suis moins. Vous êtes en train de vouloir faire la promotion du Québec sur le plan touristique parce qu'il y a des retombées économiques assez substantielles. On sait que, l'année dernière, c'était de l'ordre de 3 000 000 000 \$ et je pense que c'est intéressant d'aller chercher l'argent là.

Par contre, quand on regarde les sommes qui ont été dépensées depuis 1985-1986, si on regarde vraiment en dollars constants, cela veut dire qu'à l'heure actuelle il y a 42 000 000 \$ de moins qui ont été investis par votre ministère. On m'a toujours appris que c'est avec de l'argent qu'on fait de l'argent, jusqu'à un certain point, surtout dans un ministère comme le vôtre. Si on investit, on a des chances de récupérer l'argent. Si on fait la promotion ou la tenue de spectacles à grand déploiement, on a beaucoup plus de possibilités d'attirer des gens. Les statistiques démontrent nettement et clairement qu'on est en chute, à l'heure actuelle, en ce qui concerne les gens qui viennent visiter, tant des États-Unis que du côté du Canada, bien qu'en ce qui concerne les touristes canadiens ça a commencé à augmenter dernièrement.

En ce qui concerne les congrès...

M. Gratton: Attention! On n'est pas encore en chute, ça a augmenté de 1,2 % ou 2 %.

Mme Vermette: Une chance qu'il n'y a pas d'inflation là-dedans parce qu'on serait en chute. Ce que je veux dire, c'est qu'en ce qui concerne les congrès on a diminué aussi. On a beaucoup

moins de congrès importants. Si vous preniez le moins des taxis, ici, à Québec, les chauffeurs vous diraient que les gens se plaignent énormément qu'il n'y a pas de grandes manifestations ici, au Québec. Cela a une incidence à d'autres niveaux.

Vous me disiez tantôt que vous êtes bien heureux d'avoir des crédits périmés. Mon Dieu, c'est bien extraordinaire, c'est presque un signe de bonne gestion, de périmé des crédits. À mon avis, quand on est rendu à périmé des crédits dans les subventions, dans les éléments des différents programmes, je pense que ça devient un manque à gagner en quelque part. On essouffle des gens en quelque part. À ce moment-là, je ne pense pas qu'on puisse parler de progrès, de promotion et dire que, de plus en plus, on veut permettre de retrouver au Québec un élément très important au plan touristique. Je ne pense pas qu'on va y arriver de cette façon.

Pour la plupart des crédits périmés, 84 % l'ont été dans des programmes de transfert.

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

M. Gratton: M. le Président, d'abord, il ne faut pas penser uniquement en termes de crédits, qu'ils soient dépensés ou périmés. Il faut penser en termes d'efficacité, d'association aussi avec l'entreprise privée. Là où énormément d'efforts ont été placés, et le seront encore davantage au cours des prochains mois, c'est sur la concertation - j'en ai parlé tantôt dans mes remarques préliminaires - des efforts de l'entreprise privée avec le secteur public. Donc, ce n'est pas seulement les efforts gouvernementaux du gouvernement du Québec qu'il faut regarder, mais la façon dont ceux-ci sont dépensés en concertation avec l'entreprise privée, avec les autres paliers de gouvernement. Cela, c'est du côté dépenses.

Quand on parle de crédits périmés, par exemple, on me fait remarquer que l'an dernier sur un total de 3 700 000 \$, il y avait 2 300 000 \$ qui étaient pour la Société du Palais des congrès. Ce n'est donc pas du côté de la promotion que les efforts ont manqué. Bien au contraire, parce que, comme je l'ai signalé tantôt, il y a une somme de 5 000 000 \$ qui a été ajoutée l'an dernier dans le discours sur le budget du ministre des Finances. Effectivement... Pardon?

Mme Vermette: Mais vous en avez périmé tout autant.

M. Gratton: Mais non, je l'indique, là. Plus de 80 % des crédits périmés proviennent du Palais des congrès. De même, il y a 3 000 000 \$ de revenus non inclus au budget de 1989-1990 parce qu'ils sont conservés par l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec. Alors, quand Mme la députée parlait tantôt de 42 000 000 \$, je n'ai pas l'intention d'aller vérifier parce que

je ne pense pas que c'est de ça qu'il s'agit ici. Je n'accepte pas facilement que ça puisse être le cas.

Ce que je dis cependant, c'est que, effectivement, nous avons mission de faire en sorte que les crédits qui nous sont alloués soient dépensés le plus intelligemment possible. Et cela, selon moi, devait passer par un plan de stratégie-marketing, par la concertation des efforts des divers partenaires et surtout par une approche coordonnée de l'ensemble des intervenants, ce que nous pensons être en mesure d'assurer maintenant.

Mme Vermette: Peut-être que vous avez des chiffres plus récents que ceux du livre des crédits. En ce qui concerne les dépenses qui ont été effectuées pour 1988-1989, parce qu'il y a une différence...

M. Gratton: Au moment où on se parle, on n'a pas les résultats finaux mais je...

Mme Vermette: C'est parce qu'il y a une différence entre ce qui nous a été donné dans le livre des crédits et ce que vous nous avez donné.

M. Gratton: Il y aura sûrement une différence, une mise à jour et cela devrait être disponible vers le 15 mai, m'indique-t-on.

Mme Vermette: On pourrait peut-être faire l'exercice de vérifier si nos chiffres correspondent un petit peu aux vôtres et voir si c'est correct. En 1985-1986 les crédits étaient de 76 620 800 \$ et les dépenses réelles de 75 866 000 \$. Donc, ça fait 754 800 \$ de crédits périmés pour l'année 1985-1986. Pour 1986-1987, ça fait 1 455 000 \$. Pour 1987-1988, ça fait 1 372 000 \$ et pour 1988-1989, 4 685 600 \$.

M. Gratton: On va faire les vérifications et on vous fournira l'information.

Mme Vermette: Il serait important de vérifier pour corriger les chiffres et pour savoir exactement.

M. Gratton: Dans le cas de la dernière année, on devra attendre le 15 mai pour que les données soient disponibles. Pour ce qui est du reste, c'est déjà disponible, j'en suis convaincu. Alors, on vous les fera parvenir.

Mme Vermette: Cela va. En ce qui concerne les crédits périmés, quand on touchera l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec et le Palais des congrès, on pourra s'y attarder davantage à ce moment-là pour vérifier.

M. Gratton: Une remarque, Mme la Présidente. Je conviens avec Mme la députée que des efforts de compressions budgétaires ont été faits. Ce n'est pas seulement au ministère du Tourisme.

Par exemple, quand je disais tantôt qu'on va reprendre cette année une campagne de promotion intra-Québec et qu'on n'en a pas fait au cours des trois dernières années, c'est sûr que personne n'était très heureux au ministère du Tourisme de devoir stopper la promotion intra-Québec. On l'a fait parce qu'à ce moment-là, avec la nécessité de comprimer les dépenses, on a dû identifier des éléments de programme où ça risquait de faire moins mal, si l'on veut.

On est très heureux de pouvoir reprendre cette année un programme de promotion intra-Québec parce que, dans le fond, cela représente 70 % de l'ensemble des recettes touristiques. Et, avec la concurrence de l'Ontario qui, l'an dernier par exemple, a dépensé des sommes assez importantes sur le marché québécois pour attirer les Québécois en Ontario, on a dû réagir. Nous réagissons cette année en injectant - on a parlé de 1 000 000 \$ tantôt dans me; texte, mais il y a les commandites et les associations avec l'entreprise privée - une somme de près de 3 000 000 \$ consacrée à des efforts pour inviter les Québécois à prendre leurs vacances au Québec et à voyager au Québec. Cela donnera sûrement des résultats concrets qu'on aurait souhaité pouvoir obtenir au cours des années où les compressions budgétaires nous ont imposé de ne pas procéder de la même façon.

Mme Vermette: Vous savez que les quatre dernières années qu'on vient de passer étaient des années de prospérité économique et c'était sûrement une période où on pouvait faire un effort substantiel, tout en étant très rationnels. Je ne vous dis pas de dépenser de l'argent inutilement. Je pense que vous savez que la population, en général - c'est mondial - a toujours besoin de pain, de beurre et de jeux et j'inclus dans les jeux le tourisme qui est une denrée importante qui se développe mondialement à l'heure actuelle. Tout le monde est très friand de l'activité touristique. Je pense que c'est important de faire des efforts à ce sujet parce qu'il y a un apport économique important.

M. Gratton: Mme la Présidente, j'en conviens. Les gens aiment beaucoup voyager et aiment beaucoup les jeux mais ils n'aiment pas beaucoup payer des impôts. Quand on parle de ressources financières que le gouvernement consacre à une mission, que ce soit la mission touristique ou une autre, cela doit provenir de quelque part. Je ne cache pas que je suis solidaire du gouvernement qui a fait sa priorité la réduction du déficit, de cesser de dépenser et d'emprunter, à des taux d'intérêt qui, malheureusement, augmentent de jour en jour, pour financer les dépenses courantes. C'est ce qui nous a amenés à devoir absolument réduire, non seulement comprimer les dépenses, mais même périmé certains crédits.

Au-delà de ce qu'on retrouve dans le cahier des crédits pour le ministère du Tourisme, il ne

faudrait pas perdre de vue qu'il y a d'autres organismes gouvernementaux qui investissent dans le tourisme et notamment l'OPDQ, par exemple, qui a contribué de façon très concrète, non seulement au développement du produit mais à la réalisation de plusieurs projets. Nous avons le crédit touristique de la Société de développement industriel, la SDI, qui - on pourrait fournir les données, je pense qu'on les a d'ailleurs fournies - atteint des millions de dollars. Il y a aussi l'entente fédérale-provinciale. On n'a qu'à regarder ce qui s'est fait.

(16 h 15)

Je reprends ce que disait Mme la députée au début de ses remarques préliminaires tantôt, à savoir que j'avais semblé laisser entrevoir que ce qui avait été fait sous l'ancien gouvernement... Je n'ai pas parlé de ça du tout. À la page 3 de mes remarques je parlais plutôt de la concurrence internationale accrue, du mauvais ciblage. Je ne visais pas seulement le gouvernement antérieur, je visais l'ensemble de l'industrie touristique. Ce n'est pas seulement le gouvernement du Québec qui intervient pour faire la promotion du tourisme québécois, c'est également l'industrie privée, un nombre incalculable d'intervenants qui, selon moi et selon nous au ministère, et nous tentons d'ajuster le tir, n'ont pas toujours agi de la façon la plus efficace possible. Donc, il ne s'agit pas d'essayer de blâmer l'ancien gouvernement ou quiconque, mais simplement d'ajuster nos gestes aux besoins qui fluctuent de plus en plus rapidement pour faire en sorte qu'on en ait le plus pour notre argent, mais pas de l'argent qu'on doit aller emprunter pour payer des dépenses courantes.

Mme Vermette: De toute façon, pour terminer la promotion et le développement, il y a déjà, cette année, des coupures de 800 000 \$ dans les nouveaux budgets. Vous n'avez qu'à lire la page 34. Avec tous les transferts, cela veut dire que, pour la promotion, la hausse est d'à peine 3,8 % pour 1989-1990. En tout cas, si vous voulez que le Québec atteigne un accroissement de 2 % dans la recette globale touristique...

M. Gratton: D'ici 1992.

Mme Vermette: Ah! C'est d'ici 1992.

M. Gratton: C'est un plan triennal.

Campagnes publicitaires

Mme Vermette: On pourrait peut-être passer à la campagne publicitaire. Si on regarde les objectifs à atteindre, j'imagine que c'est aussi un autre plan triennal. Dans les campagnes publicitaires, vous avez annoncé que vous vouliez développer le tourisme par tous les moyens nécessaires. Vous avez fait une vaste offensive publicitaire aux États-Unis et en Ontario en émettant beaucoup de communiqués là-dessus.

Dans les journaux, vous avez investi beaucoup là-dessus; 3 200 000 \$ pour chanter la différence du Québec, etc., etc. Mais, si on regarde les crédits pour chanter le Québec, je ne sais pas qui va chanter ou de quelle façon, il y a une variation de seulement 2,6 %. Je ne sais pas si vous allez prendre des troubadours ou des spécialistes...

M. Gratton: Non, c'est qu'au lieu de le chanter, on le vend.

Mme Vermette: Là, c'est...

M. Gratton: On l'a chanté longtemps, mais cela n'a pas donné grand-chose, alors on le vend maintenant.

Mme Vermette: En fait, je ne le sais pas, cela vient du Soleil. Vous avez de bonnes relations avec Le Soleil. Il passe généralement vos titres.

M. Gratton: Vous trouvez?

Mme Vermette: Oui. J'aimerais vous demander si les 3 200 000 \$ auxquels vous faites toujours allusion sont inclus dans les 6 700 000 \$ pour les crédits 1989-1990.

M. Gratton: Si je ne m'abuse, les 3 200 000 \$ réfèrent à la campagne Agrément-été hors Québec qui s'est amorcée le 4 avril et qui vise les marchés de l'Ontario, des États de la Nouvelle-Angleterre et des États du centre de l'Atlantique nord. C'est inclus dans les 6 700 000 \$ que vous avez là.

Mme Vermette: Dans les 6 700 000 \$ pour les crédits 1989. Alors, si on regarde, cela fait une variation de 2,6 %. Comment se fait-il que, dans votre communiqué du 21 mars dernier - là, j'essaie de faire des exercices comptables...

M. Gratton: Des 20 % d'augmentation?

Mme Vermette: ...de votre augmentation de 20 %, oui.

M. Gratton: C'est parce que l'an dernier, pour la même campagne...

Mme Vermette: Vous le preniez à quel endroit?

M. Gratton: ...Agrément-été hors Québec, on avait 20 % de moins.

Une voix: C'est ça.

M. Gratton: Les 20 % réfèrent aux 5 000 000 \$ qui ont été ajoutés dans le discours sur le budget de l'an dernier, à la somme de quelque 15 000 000 \$ qui était disponible avant

cet ajout.

Mme Vermette: Mais, si on regarde la page 26, les dépenses de publicité sont les mêmes. C'est le statu quo par rapport à 1988-1989. Si on regarde Agrément-été hors Québec, publicité 3 200 000 \$, c'est la même chose, c'est le statu quo.

M. Gratton: Pour 1987-1988, c'était 2 655 000 \$.

Mme Vermette: Oui, mais il manque un an. Vous sautez, vous jouez à saute-mouton.

M. Gratton: Est-ce que vous...

Mme Vermette: Pour 1988-1989, si je prends la page 26...

M. Gratton: Oui, 3 200 000 \$...

Mme Vermette: Je prends ce que j'ai, je ne prends pas les autres choses, n'est-ce pas? Pour 1988-1989, c'est 3 200 000 \$ et, pour 1989-1990, c'est encore à 3 200 000 \$ pour la même chose, Agrément-été hors Québec. Ce n'est pas quelque chose de phénoménal. C'est le statu quo que vous rapportez.

M. Gratton: Le pourcentage de 20 % auquel on a fait allusion c'est une augmentation de 20 % sur 1987-1988. En 1987-1988, c'était 2 655 000 \$.

Mme Vermette: Ah bon! Votre publicité est rétroactive, quoi! Vous faites de la publicité.

Je comprends très bien ce qu'il a dit. C'est parce que, de la façon dont c'est libellé dans le texte, on pourrait croire que vous venez de faire un effort substantiel et extraordinaire qui fait que vous donnez 20 % de plus cette année par rapport à l'année passée. En fait, ce qu'il est important de faire ressortir, c'est que c'est le statu quo par rapport à 1988-1989.

M. Gratton: C'est ce que j'ai dit ici aujourd'hui, à la page 7 de mon texte, je relis: "Nous consacrons à cette campagne une enveloppe budgétaire de 3 200 000 \$ qui implique une augmentation de 20 % par rapport à notre campagne hors Québec de 1987-1988". Je n'ai pas dit 1988-1989.

Mme Vermette: En fait, c'est ça. Vous avez sûrement un attaché de presse qui a un sens médiatique extraordinaire parce que c'est ainsi libellé dans **La Presse**: La vente média semble bien placée avec un budget de 3 200 000 \$, 20 % de plus que l'an dernier. C'était écrit dans les journaux.

M. Gratton: La campagne Agrément-été de 1987-1988.

Mme Vermette: Mais, dans les journaux, ce n'est pas tout à fait ça.

M. Gratton: Mais ce qu'il faut savoir, c'est que la campagne Agrément-été qui commence le 4 avril, c'est pour l'été qui vient. Par rapport à la campagne qui avait été faite pour l'été dernier, c'était la campagne 1987-1988.

De toute façon, j'accepte vos félicitations sur notre façon de traiter avec **La Presse**. C'est que déjà mon prédécesseur, M. Léger, avait l'habitude d'annoncer les mêmes projets plus d'une fois. Nous, nous les annonçons seulement une fois mais on fait des références aux années qui ne sont pas nécessairement les dernières.

Mme Vermette: C'est du maquillage comptable.

M. Gratton: Pas du tout.

Mme Vermette: C'est un peu comme le vérificateur l'a fait ressortir la dernière fois, au moment de la vérification des états financiers où il disait que finalement, tout compte fait, le déficit n'avait pas tellement changé, que c'était à peu près la même chose. C'est du maquillage.

M. Gratton: Il ne faudrait surtout pas répéter ce que le député de Lévis dit. Vous savez que ça peut vous mener loin.

Mme Vermette: Vous êtes plus habile avec le maquillage.

Dans la promotion touristique, il y a certaines régions qui se sont senties lésées, notamment la Côte-Nord, où on disait que vous avez presque fait abstraction du fait que la Côte-Nord faisait partie du Québec, parce qu'ils ont fait leur propre campagne de publicité. Il s'avère que cela a été une réussite.

Si on regarde les touristes sur la Côte-Nord, malgré Québec, est-ce que cette fois-ci vous allez faire attention à certaines particularités régionales ou si vous allez prendre l'ensemble des différentes régions pour faire la promotion touristique?

M. Gratton: Je l'ai indiqué dans la présentation. C'est d'ailleurs probablement une des principales recommandations du plan stratégie-marketing. Oui, dans le passé, on a fait la promotion beaucoup plus des régions et nous avons identifié qu'il fallait maintenant procéder à la promotion des produits, de la même façon, par exemple, quand les Québécois ou les touristes recherchent en hiver le soleil, on ne leur vend pas nécessairement une destination comme telle. On leur vend le produit soleil et on leur dit là où ils peuvent le trouver. Les campagnes de promotion dont on parle, comme intra-Québec, qui va débiter incessamment, ne sont pas des invitations à aller visiter l'Estrie, l'Outaouais, Charlevoix, mais bien à venir consommer des

produits, que ce soit de la chasse et de la pêche - on a identifié des produits, on les a mentionnés tantôt - et, évidemment, à aller les consommer là où ils sont disponibles. Selon nous, cette approche répond beaucoup plus aux besoins des touristes qui, lorsqu'ils décident d'une destination-voyage, le font à partir de ce qu'ils ont l'intention de faire. Celui qui veut faire du ski, par exemple, c'est évident qu'il va aller puiser là où l'information est disponible et va aller comparer l'offre du produit ski que lui font les diverses destinations. Dépenser 3 000 000 \$ pour dire: Venez au Québec, il y a du ski, il faudrait dépenser encore 2 300 000 \$ pour dire: Venez au Québec, il y a autre chose. C'est ce qu'on a décidé de changer comme approche.

Les régions comme telles. Quand on parle de la Côte-Nord, je n'ai pas en mémoire de quoi il s'agissait exactement, mais, chose certaine, les associations touristiques régionales ont les mêmes budgets, les mêmes programmes auxquels elles peuvent participer. Il n'y a pas d'insistance qui est placée plus sur une région que sur une autre. Cela a été le cas dans le passé. C'est ce que nous corrigeons en faisant notre promotion à partir d'une stratégie produit plutôt que région.

Mme Vermette: Je peux vous donner une partie de l'article. Ce que je voulais vous dire aussi, parce que vous avez dit que vous voulez faire la promotion de produits, c'est que dans cet article on fait référence, justement, à la promotion de certains produits où on en fait mal la promotion. C'est-à-dire qu'on parlait de baleines bleues et on voyait une baleine à bosse. Donc, cela ne fait pas un produit bien présenté. Il y avait des photos, mais on ne disait pas aux gens comment ils pouvaient s'y rendre, où étaient exactement ces choses. Donc, quand on parle de publicité, c'est très important la publicité, c'est ça qui fait que les gens achètent ou n'achètent pas à un endroit où ils vont se déplacer. C'est important d'avoir les bons renseignements ou en tout cas d'avoir des choses qui répondent véritablement aux produits qu'on veut mettre de l'avant parce qu'ils risquent, à ce moment, soit que les gens se désenchangent ou, finalement, ils perdent intérêt pour le déplacement que ça implique quand on veut aller dans des endroits qui sont aussi loin que ça.

M. Gratton: Il peut y avoir des erreurs qui se glissent, mais les campagnes institutionnelles du gouvernement ne sont pas de nature à fournir nécessairement de l'information, mais bien de faire la promotion. À partir du moment où on fait la promotion d'un produit, que ce soit le ski ou que ce soit les grandes villes ou les circuits, c'est évident que l'information ensuite doit provenir d'ailleurs. Ce n'est pas dans une intervention de 30 secondes à la télévision, par exemple, qu'on peut vraiment fournir une information touristique. On fait la promotion d'un produit touristique et il relève non seulement du

ministère du Tourisme, mais de tous les partenaires, incluant les associations touristiques régionales, de faire en sorte que les informations soient adéquates.

Le Président (M. Kehoe): M. le député de Saguenay.

M. Maltais: M. le Président, très brièvement. À la suite de l'article déposé par la députée de Marie-Victorin, j'aimerais peut-être, à ce stade-ci, souligner un point qui m'apparaît quand même important. Bien sûr, le ministère du Tourisme n'a pas de représentant officiel en région, il passe par les ATR. Les ATR, règle générale, au Québec vont très bien, merci beaucoup. Cela n'exclut pas, par contre, la possibilité d'avoir une très grande faiblesse dans certaines régions, une faiblesse marquée, permanente. Les municipalités, depuis de nombreuses années, particulièrement chez nous, s'opposent un peu à une certaine partie du travail des ATR, de l'ATR, en particulier, chez nous. Et peut-être une présence plus accrue du ministère comme tel pourrait combler certaines lacunes d'approche des municipalités. Parce qu'il ne faut pas se conter de chansons, les grands promoteurs touristiques au Québec sont les municipalités en région. Je ne parle pas des villes, je parle des régions.

Sur la Côte-Nord, depuis quelques années, on a vécu une augmentation continue du tourisme, particulièrement sur la Haute-Côte-Nord où les baleines sont reconnues maintenant internationalement. Le message que j'aimerais peut-être lancer, c'est qu'on n'a pas les chances égales dans toutes les régions lorsqu'on doit souffrir d'une ATR très faible. Voilà, M. le Président.

M. Gratton: M. le Président, je viens de prendre connaissance de l'article de journal dont paraît Mme la députée. On parle d'une brochure qui, effectivement, avait été préparée pour le ministère par la firme Publitel, et il s'agissait d'un encart dans les quotidiens et qui contenait certaines erreurs.

(16 h 30)

Le but était de l'approche régionale. On paraît de North Shore, parce qu'évidemment cela s'adressait à un marché anglophone. La publicité du ministère mentionne bien le nom de North Shore. Mais, entre vous et moi, qu'est-ce que cela représente, le North Shore, pour le citoyen de Pennsylvanie, de Philadelphie ou de Chicago? Cela ne veut rien dire, qu'on se le dise bien franchement. L'Estrie, pour le banlieusard de New York? Je ne sais pas quel intérêt il aurait à venir en Estrie, à moins qu'on lui donne une quantité d'informations qui vont l'attirer. Mais des informations sur quoi? Pas sur l'Estrie, mais bien sur des produits qu'il peut aller consommer. Ce n'est pas un reproche que je fais au ministère ou à quiconque, c'était l'approche, mais on change l'approche, on ne fait plus une promotion à partir des régions, on fait une promotion à

partir des produits.

Effectivement, par exemple, dans le produit "aventure", vous les visionnerez vous-mêmes sans doute, durant la campagne intra-Québec qu'on va lancer jeudi de cette semaine, vous allez voir des "clips" de quinze secondes à la télévision sur le produit "aventure". Vous allez effectivement voir une baleine. On ne montrera pas le North Shore, on va montrer la baleine. Les gens qui vont s'intéresser à ce genre de choses vont ensuite téléphoner, écrire, obtenir des renseignements, et on leur fournira alors les publications de l'Association touristique de la Côte-Nord, parce que c'est là qu'est le produit, c'est là, en tout cas, qu'on peut voir des baleines, ce n'est pas dans l'Outaouais. C'est l'approche qu'on va utiliser. Des erreurs peuvent se glisser dans les publications, mais je pense que, de cette façon, ce sont les associations touristiques régionales... Et je ne voudrais surtout pas inférer par là que l'an dernier l'erreur dont on parle ici était attribuable à l'association touristique, parce que ce n'était pas le cas. C'était une publication commandée par le ministère, mais on ne risque pas que cela se produise cette année, puisque les informations régionales seront fournies... En tout cas, nous n'aurons pas d'efforts de promotion qui vont viser à fournir des informations régionales comme telles.

Congrès nationaux et internationaux

Mme Vermette: Avez-vous quelque chose d'autre à ajouter? Non. Alors il y a un autre élément qui est très important aussi, c'est le soutien aux congrès nationaux et internationaux au Québec. Je pense que c'est de l'eau au moulin. En fait, les gens se déplacent autour de grosses activités ou ils planifient des vacances en fonction de cela. Je pense notamment à plein d'endroits où il y a soit des biennales, X nombre de choses, des centaines, etc. En fait, l'ensemble des régions ou des pays met généralement le paquet là-dessus. En France, cette année, il va y avoir plein de choses de ce genre, au point de vue littéraire et culturel. Je me demandais comment il se faisait qu'actuellement, si on regarde les crédits 1988-1989, c'est encore le statu quo. Il y a eu les crédits comme tels, mais en 1988-1989 il y a eu seulement 276 000 \$ qui ont été dépensés au soutien. Ce que je trouve un petit peu... Ou moins, vous êtes passés à côté de tous les autres congrès à l'exception de Montréal, comme si, finalement, les congrès se passaient uniquement à Montréal. Il y a des congrès un peu partout, à Hull justement, mais le nombre des congrès dans votre région a baissé. Il y en a un petit peu partout au Québec, des congrès, et aussi plusieurs manifestations internationales et c'est une façon comme une autre de développer des régions ou les produits des régions, si on ne veut pas y aller par région. Comment se fait-il que l'année passée, sur des crédits de 400 000 \$, vous n'avez dépensé que

276 000 \$? Cette année c'est encore le statu quo. Quelle est la projection que vous allez faire en termes de dépenses réelles à ce moment-là?

M. Gratton: Il faut savoir qu'il s'agit de dépenses qu'on fait à la suite de demandes d'organismes qui font appel aux programmes. Si effectivement, l'année précédente, avec un budget de 400 000 \$, on a dépensé seulement 276 000 \$, ce n'est pas parce qu'on ne voulait pas dépenser les 400 000 \$, mais c'est parce qu'on n'a pas eu suffisamment de demandes qui ont été justifiées de recevoir une aide financière, d'être admissibles aux programmes. C'est ce qui nous amène à budgétiser 400 000 \$, cette année. En fait, on aurait pu budgétiser 276 000 \$ à partir de la constatation que c'est tout ce que cela a pris l'an dernier. Mais, au contraire, on pense qu'avec des efforts accrus on pourra possiblement dépenser l'ensemble des crédits. Budgétiser des crédits quand on sait à l'avance qu'on les périmera, ce n'est pas ce qu'on tente de faire.

Mme Vermette: Vous parliez d'efforts accrus. Quel genre d'efforts allez-vous faire pour arriver à dépenser 400 000 \$? Est-ce que, d'une part, cela ne répond pas suffisamment aux besoins, la façon dont le soutien est apporté? Finalement, les demandes sont de quel ordre? Ce n'est peut-être pas assez connu. Est-ce que vous avez fait une analyse là-dessus?

M. Gratton: À titre d'exemple, on m'indique que, pour 1989-1990, alors que l'an dernier on a dépensé seulement 276 000 \$ ou 250 000 \$, selon les demandes, comme je l'ai indiqué tantôt, au moment où on se parle, il y a déjà 340 000 \$ d'engagés sur les 400 000 \$ au budget.

Mme Vermette: L'année dernière, combien avez-vous eu de demandes et combien y a-t-il eu de projets acceptés?

M. Gratton: On pourrait vous fournir cette information. Est-ce qu'on l'a ici?

Mme Vermette: À la page 111 des crédits, ce n'est pas cela qui est indiqué.

Une voix: 1987?

Mme Vermette: Je n'ai pas très bien compris. Vous avez planifié pour 1987, vous avez fait toutes vos comparaisons avec 1987-1988? Je ne sais plus. Si on fait l'addition de la colonne, en bas, cela fait 276 100 \$.

Le Président (M. Kehoe): À quelle page, Mme la députée?

Mme Vermette: Page 111.

M. Gratton: Je corrige, M. le Président.

Effectivement, l'an dernier, l'ensemble des 400 000 \$ ont été dépensés.

Mme Vermette: Pour...

M. Gratton: Pour 1988-1989.

Mme Vermette: C'est écrit pour mars 1988.

M. Gratton: Oui, mais vous n'avez pas les chiffres. En fait, ces chiffres sont au 15 mars à peu près. Au moment où on vous fournit l'information, on ne peut parler des engagements...

Mme Vermette: Cela veut dire que tout aurait été dépensé entre le 15 mars et aujourd'hui. Le reste aurait été tout dépensé.

Une voix: Non, ce sont des factures qui rentrent, des factures qui doivent rentrer de la part des promoteurs. Nous devons avoir les factures pour émettre le chèque. Ce qui arrive, c'est qu'une facture rentre toujours...

Mme Vermette: Est-ce qu'on pourrait avoir la liste...

M. Gratton: Oui. Au 15 mai, c'est l'une des informations qu'on pourrait vous fournir.

Mme Vermette: ...de tous les programmes?

M. Gratton: Est-ce que...

Mme Vermette: On voudrait avoir la liste de tous les programmes à ce jour.

M. Gratton: L'ensemble des programmes...

Mme Vermette: Je pense qu'on n'arrivera pas.

M. Gratton: D'accord.

Le **Président (M. Kehoe):** Avez-vous une réponse à donner? Pour les fins du **Journal des débats**, pourriez-vous vous identifier? Avez-vous d'autres réponses à donner. M. le ministre?

M. Gratton: Non. Je m'engage à fournir aux membres de la commission le résultat final, disponible vers le 15 mai, me dit-on, pour chacun des programmes de ce type.

Mme Vermette: D'accord. Mais, de toute façon, vous avez dépensé les 400 000 \$. Donc, cette année, c'est le statu quo. Surtout dans ce domaine où l'inflation joue beaucoup, il risque d'y avoir un peu moins d'argent et ce sera un peu plus difficile. La revue **Baromètre touristique** indique que, seulement entre les mois de décembre 1987 et 1988, le nombre de congrès à Montréal a chuté de 100 % et à Québec, de 83 %. Et, au cumulatif, cela faisait -37 % et -29 %.

C'est la situation actuelle au Québec en ce qui concerne les congrès. Je ne parle pas juste des congrès de Montréal, mais de l'ensemble des congrès, de tout ordre, autant à Montréal qu'à Québec et non seulement au Palais des congrès. Si je regarde ici, la ville de Québec a accueilli 201 congrès en 1988, comparativement à 285 en 1987, donc c'est une baisse de 29,5 %. Il y a aussi une baisse de congressistes de 5,7 %, soit 86 124 ou lieu de 91 000. Donc, on voit qu'on régresse un peu. L'Outaouais connaît aussi une baisse significative du nombre de congressistes. Si le nombre de congrès est le même en 1988 qu'en 1987, cela veut dire qu'ils sont passés de 12 000 congressistes à 6265. Donc, j'ai l'impression qu'actuellement il y a quelque chose qui glisse, qui ne tourne pas tout à fait rond en ce qui concerne les congrès. Là, c'est important parce qu'il y a là de l'argent qu'on peut facilement aller chercher. Même si vous me disiez tantôt: Écoutez, le gouvernement a des choix à faire, à un moment donné, il ne peut pas investir, vous savez très bien qu'il y a des retombées économiques de tout ordre, que ce soit sur le plan de la fiscalité comme sur tous les autres plans, il y a là l'industrie, l'entreprise... C'est de l'argent qui revient, de toute façon, dans les coffres de l'État.

Je me demande pourquoi, si vous avez dépensé vos 400 000 \$, vous maintenez encore cette année le statu quo, alors que là il y a un effort substantiel à déployer.

M. Gratton: M. le Président, effectivement il faut savoir que les efforts qu'on fait pour attirer des congrès, c'est souvent un travail de longue haleine. Les crédits qu'on peut retrouver pour l'exercice financier de cette année ne donneront pas nécessairement des résultats avant trois ou quatre ans, parfois.

Cela étant dit, il y a toujours les possibilités, on le sait, de faire des transferts d'un programme à l'autre, compte tenu des demandes. Semble-t-il que, l'an dernier, le budget de 400 000 \$ a été suffisant pour répondre aux demandes. S'il s'avérait que les efforts plus importants, plus significatifs que nous faisons - je l'ai mentionné tantôt, parmi les produits que nos campagnes de promotion vont tenter de vendre à l'extérieur, le quatrième en importance est justement celui des congrès et des réunions d'affaires. Le travail de promotion du ministère ne se limite pas à fournir une aide financière par le biais de ce programme à des organismes, il se traduit également par les efforts du Palais des congrès lui-même et les efforts de promotion, par exemple, même à l'intra-Québec. Il y aura de la publicité, de la promotion qui sera faite pour les réunions d'affaires.

S'il s'avérait que les demandes dépassent les disponibilités budgétaires, il y a toujours des possibilités de faire des transferts d'un programme à un autre et de faire des demandes

additionnelles.

Mme Vermette: Donc, c'est la façon dont vous envisagez d'agir pour répondre actuellement au glissement qui se produit en ce qui concerne les congrès, où l'on est en chute, autant au plan des congressistes qu'au plan des congrès comme t«15.

M. Gratton: S'il y a chute...

Mme Vermette: C'est par les transferts de programmes que vous allez régler cette problématique, finalement.

M. Gratton: Cela nous semble être suffisant puisque, effectivement, le nombre de demandes ne semble pas, au cours des dernières années, avoir dépassé les montants qui étaient disponibles.

Mme Vermette: Il y a tout l'aspect de la promotion, de la prospection et de la sollicitation qui est très important...

M. Gratton: Ce n'est pas le ministère...

Mme Vermette: ...et que vous avez à développer.

M. Gratton: ...qui fait la prospection, ce sont les organismes, les associations avec l'aide financière disponible par le biais des programmes dont on parle.

Mme Vermette: Ce que je trouve un petit peu regrettable, c'est que, de cette façon, Québec perd un peu du terrain et sa place en matière de congrès. Comme on vit dans la concurrence, je pense que ce n'est pas ce qui est le plus souhaitable qui pourrait nous arriver. Je trouve qu'il faut être plus agressif si l'on veut atteindre votre objectif dans l'assiette globale du tourisme, si l'on veut atteindre les 18 % que vous vous êtes fixés. Je pense qu'il faudrait être plus agressif. Si ça continue de cette façon, on risque tout simplement que ce soit d'autres qui viennent prendre cette partie qui est très importante, qui est une des ressources les plus florissantes, en fait, dans le domaine touristique.
(16 h 45)

Aide à l'investissement touristique

En ce qui concerne votre nouveau programme, l'Aide à l'investissement touristique, cette année, c'est une nouvelle chose. Est-ce que ça remplace d'autres programmes? Est-ce que c'est quelque chose de complètement nouveau? Cela n'existait d'aucune façon pour les années 1988-1989...

M. Gratton: C'est simplement une modification à la forme d'aide financière qui, dans les

premières années, consistait en des garanties de prêts. Cela a évolué vers des prêts sans intérêt et, depuis l'an dernier, ce sont des prêts participatifs où il y a des possibilités, selon certains critères, de consentir à des oublis d'intérêts pour les trois premières années. On n'a pas innové. On n'a pas créé un nouveau programme. On a modifié des programmes existants.

Mme Vermette: L'année dernière, ces prêts participatifs représentaient un montant de quel ordre? C'est parce que c'est une modification, mais...

M. Gratton: Vous pariez des prêts sans intérêt, l'an dernier?

Mme Vermette: Des prêts sans intérêt.

M. Gratton: On va fouiller. Le programme d'aide à l'investissement touristique, ce qu'on appelle les crédits touristiques. Lors de l'exercice financier 1987-1988, un montant de 15 312 942 \$ a été autorisé pour favoriser des investissements de 91 700 000 \$...

Mme Vermette: D'accord.

M. Gratton: ...alors que, pour l'exercice 1988-1989, on a autorisé des aides totalisant 31 185 424 \$ pour des investissements de 130 269 590 \$. Une hausse de 42 % dans les investissements et les sommes consenties.

Mme Vermette: Mais cela n'est pas du tout votre nouveau programme...

M. Gratton: Non.

Mme Vermette: ...d'aide à l'investissement touristique?

M. Gratton: Non. On l'aura seulement à la fin de l'exercice actuel.

Mme Vermette: Actuellement, dans votre nouveau programme que vous avez mis de l'avant, dans le décret qui a été adopté, 607-88, il y était mentionné qu'il y avait déjà pour 250 000 000 \$...

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: ...de demandes. Et ce que vous avez, c'est simplement 1 694 000 \$. À combien de demandes pensez-vous pouvoir répondre avec ce budget-là?

M. Gratton: 1 694 000 \$...

Mme Vermette: Combien d'investissements allez-vous favoriser?

M. Gratton: Le montant...

Mme Vermette: Quel est l'ordre de grandeur des demandes qui peuvent se faire au...

M. Gratton: Le budget auquel vous réferez est le budget qui consiste dans les oublis d'intérêts, trois ans, qui sont consentis à partir de certains critères qui sont inclus dans le programme. Donc, je pense qu'on doit avoir à partir de quelle projection on en arrive à ce montant de 1 694 000 \$.

M. Chapdelaine (Henri): Cela est basé sur les prêts consentis cette année dont les prises en charge d'intérêts...

M. Gratton: Voilà. Mais le montant de ces prêts-là?

M. Chapdelaine: Dans deux ans, ce sera ajusté en conséquence.

M. Gratton: Mais Mme la députée voudrait savoir le montant de ces prêts-là.

Mme Vermette: Oui, c'est ça. Combien?

M. Gratton: On doit l'avoir quelque part.

Mme Vermette: Combien pensez-vous avoir de prêts...

Une voix: Pour l'an prochain?

M. Gratton: Il ne faut pas confondre. Le budget de 1 694 000 \$ auquel vous réferez n'est pas pour des prêts à venir ou qui seront autorisés au cours de l'exercice financier actuel. C'est pour couvrir les prises en charge d'intérêts de prêts qui sont déjà consentis...

Mme Vermette: Engagés.

M. Gratton: ...et qui sont inclus dans les chiffres que je vous donnais tantôt pour 1988-1989 et même 1987-1988 et peut-être bien même avant ça.

Mme Vermette: Il y a déjà pour 250 000 000 \$ de demandes d'aide financière.

M. Gratton: Non, il ne faut pas confondre parce que les demandes dont vous parlez, c'est-à-dire les 250 000 000 \$, reçues avant qu'on change le programme ont été traitées différemment selon le montant de l'investissement. Tout montant au-delà de... Je l'ai ici, je vais vous le lire; cela va être moins compliqué. Au 31 mars 1988, 45 dossiers étaient encore à l'étude. Donc, au 31 mars de l'an dernier. Au cours de 1988-1989, la direction a reçu 137 demandes d'aide financière. De ce nombre, 68 demandes ont été recommandées, 27 refusées, 37 retirées par des promoteurs. Au 31 mars 1989, cette année, il reste 50 dossiers à l'étude. Les demandes que

nous avons en main qui avaient été faites avant que le programme ne change ont été traitées différemment selon le montant du projet. Les projets inférieurs à 2 500 000 \$ ont été traités à même l'ancien programme, c'est-à-dire par le biais de prêts sans intérêt, quinze ans, alors que ceux supérieurs à 2 500 000 \$ ont fait l'objet d'analyses à partir de prêts participatifs. Plusieurs de ceux-là, la majorité de ceux-là ont été autorisés sans oubli d'intérêts, donc ne requièrent pas de crédits.

Mme Vermette: D'accord, je comprends.

M. Gratton: De toute façon, avant cette année, les prises en charge d'intérêts, parce que les prêts étaient des prêts sans intérêt, quinze ans, n'apparaissaient pas aux crédits du ministère du Tourisme, mais bien à ceux du ministère de l'Industrie et du Commerce, parce que c'était la SDI qui...

Mme Vermette: Prenait ça en charge à ce moment-là.

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: D'accord.

M. Gratton: Vous voyez une augmentation de crédits du ministère du Tourisme de 1 694 000 \$ dans ce cas.

Mme Vermette: Vous payez des intérêts. C'est sûr...

M. Gratton: C'est simplement de la comptabilité.

Mme Vermette: Ce n'est pas une augmentation, dans le fond.

M. Gratton: Bien non. C'est un nouveau budget que le ministère a et qui aurait été à la SDI si on avait continué.

Mme Vermette: C'est cela. Exactement. Quand on parle de projets que vous avez autorisés avec des prêts participatifs, dans le cadre de quel programme les Entreprises de Stoneham ont reçu près de 3 000 000 \$?

M. Gratton: On devrait pouvoir vous dire cela après consultation.

Mme Vermette: ...développement touristique, mais le projet, cela correspondait à quoi?

Une voix: Le projet lui-même?

Mme Vermette: Oui.

Une voix: Ce sont des investissements dans le ski alpin.

Mme Vermette: Le ski alpin.

Une voix: Le deuxième...

Mme Vermette: Il y en a deux?

Une voix: Oui. C'était essentiellement du ski alpin. Je pense qu'il y a une portion d'hébergement à l'intérieur aussi. Il faudrait vérifier au dossier, je ne m'en souviens pas.

M. Gratton: On pourrait vous fournir ces informations-là après vérification.

Mme Vermette: Aussi, à la page 118, ce sont toutes des corporations ou ce sont tous des trucs enregistrés, sauf Morrisette Léo Guy, Régis, Jean-Claude. C'est un prêt participatif pour quelle sorte de projet?

M. Gratton: À la page 118, dites-vous?

Mme Vermette: Morrisette Léo Guy... C'est à la page 118. Excusez-moi. Tout le reste, c'est pour des motels, c'est pour de l'hébergement. Là, on arrive à celui-ci et il est tout seul. M. Morrisette, il a quel projet?

M. Gratton: De mémoire, il n'y a personne qui peut fournir la réponse, mais on va vérifier. Vous connaissez M. Morrisette?

Mme Vermette: D'aucune façon.

M. Gratton: Moi, non plus. On va vérifier et on va fournir la réponse.

Mme Vermette: Il y a 1 800 000 \$. Je vais essayer de le connaître.

Des voix: Ha, ha, ha!

M. Gratton: Évidemment, il faut que vous sachiez qu'il faut qu'il rembourse, c'est un prêt.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Vermette: Il doit avoir des valeurs si vous lui avez prêté, de toute façon.

M. Gratton: C'est sûr.

Mme Vermette: Quand on prête 1 800 000 \$, c'est parce que...

M. Gratton: La SDI, avant de consentir un prêt, fait l'analyse de la capacité financière de l'entreprise. On vous fournira les réponses après vérification.

Mme Vermette: Cela va. Merci.

Promotion d'événements touristiques

La promotion d'événements touristiques. Je suis obligée de changer un peu mon tir n'ayant pas l'état des dépenses réelles à l'heure où on se parle. On est arrêté en cours de route. Est-ce que les crédits de 1988-1989 de 610 000 \$ ont été dépensés?

M. Gratton: On me dit que oui.

Mme Vermette: L'ensemble des crédits? Combien de demandes y a-t-il eu pour ce programme? J'imagine que la liste ne se limite pas nécessairement à celle qui est produite dans le cahier. Est-ce qu'on pourrait avoir la liste complète?

Une voix: Des demandes?

Mme Vermette: Oui, des demandes?

M. Gratton: Si je comprends bien, vous avez demandé qui avait reçu...

Mme Vermette: Tout ce qu'on a là-dedans, ce sont des listes incomplètes, jusqu'à un certain point. Selon moi, ce serait 333 700 \$, si on regarde là-dedans.

M. Gratton: Parce que c'est au 15 mars.

Mme Vermette: Vous me dites que vous avez dépensé les 610 000 \$. Donc, il y a d'autres demandes, à moins que ce soient encore d'autres factures, comme on me dit, qui ne sont pas entrées.

M. Gratton: Essentiellement, c'est ça. Au moment où l'Opposition nous en fait la demande, on fournit l'information au 15 mars ou je ne sais trop. Effectivement, comme les factures et la vérification des factures... Je peux vous dire qu'à titre de ministre j'ai signé énormément de lettres de transmission de chèques durant les dernières semaines de mars; c'est à ce moment-là, avant de fermer l'exercice financier, qu'on nettoie les livres. C'est ainsi que vous n'avez que les informations disponibles au 15 mars. Mais je suis convaincu qu'il n'y a pas de problèmes à vous la faire parvenir pour compléter.

Mme Vermette: Pour compléter. D'accord.

Pour 1988-1989, les 610 000 \$ ont été dépensés. Est-ce que tout a été dépensé?

Une voix: Environ 602 000 \$.

Mme Vermette: 602 000 \$. La promotion d'événements touristiques est aussi très importante, vous savez. On n'a qu'à penser au Festival de jazz de Montréal ou au Festival d'été de Lanaudière qui sont de gros événements importants et majeurs ici. Comment se fait-il que,

cette année, on donne moins de crédits, 590 000 \$? Si vous avez **fait** vos dépenses l'an passé et fait vos frais, comment se fait-il qu'en 1989-1990 on soit à la baisse? J'imagine que vous aurez à peu près les mêmes événements, et peut-être d'autres aussi, ou cela prend plus d'ampleur. Et il y a l'inflation.

M. Gratton: Non, on insiste beaucoup sur les commandites. Par exemple, dans le cas de certains événements plus importants, plutôt que de simplement reconduire des montants plus ou moins discrétionnaires ou forfaitaires d'année en année, nous avons entrepris de négocier avec les organisateurs de ces événements pour mesurer leurs efforts de promotion et axer notre contribution à leurs efforts de promotion touristique. Plutôt, par exemple, que d'accepter d'emblée de verser une aide financière pour les opérations courantes d'un organisme qui organise un événement touristique, nous exigeons de lui qu'il fasse des efforts de promotion et nous allons jusque dans le détail pour tenter d'orienter vers quel marché et de quelle nature. Dans certains cas, nous signons même des ententes de trois ans de façon à pouvoir évaluer l'évolution de ces choses.

On peut effectivement penser qu'il en coûtera moins à l'État puisque nous insistons énormément sur les commandites de l'entreprise privée en association avec ces organismes.
(17 heures)

Mme Vermette: Si je me reporte à l'année dernière avec tous les problèmes qu'a connus le Festival de jazz qui avait peur de ne pas être capable de présenter l'événement parce que, malgré les commandites, ils avaient de la difficulté, ils sont revenus plus souvent qu'autrement à la charge pour avoir les subventions nécessaires, on se rappelle, et le Festival d'été de Lanaudière aussi. En fait, je pense que leur évaluation est faite, de toute façon, par leur renommée, aussi par le nombre de personnes et l'intérêt que ça suscite. Or, il y en a beaucoup. Et, M. le ministre, je me souviens fort bien, au moment où votre gouvernement flirtait un peu avec les artistes, au moment où il faisait beaucoup de promesses dans le domaine culturel, probablement que c'est à ce moment, vers le 7 avril, que vous avez envoyé un communiqué pour dire que, dorénavant, vous augmenteriez vos subventions de 200 000 \$ à cet élément.

M. Gratton: À quel élément?

Mme Vermette: Les promotions d'événements touristiques.

M. Gratton: Moi, j'avais dit ça?

Mme Vermette: Je pensais être heureuse de dire, enfin, aux artistes: Voyez-vous qu'on vous prend un peu... La promotion d'événements touristiques, les grandes promotions...

M. Gratton: Mais il ne faut pas se méprendre. Nous ne sommes pas là pour aider les artistes.

Mme Vermette: Non, non.

M. Gratton: On est là pour organiser et pour faire la promotion d'événements touristiques.

Mme Vermette: C'est que, tout en aidant les promotions, vous faites inévitablement d'une pierre deux coups...

M. Gratton: Non. Et ce n'est pas le but...

Mme Vermette: ...et vous aidez à développer un produit québécois, normalement les arts, parce que ça fait partie des produits aussi. Comme, sur le plan du tourisme, vous voulez vendre des produits, je pense que de pouvoir vendre de la créativité et de la création, c'est un bon geste aussi. C'est tout à votre honneur. Ne vous défendez pas de vouloir défendre le domaine **des** arts.

M. Gratton: Je m'en défends bien. Le mandat du ministère du Tourisme est de faire la promotion du Québec comme destination touristique. Cela passe par la promotion d'événements **et** l'aide financière à l'organisation d'événements touristiques. Mais, en intervenant, notre but n'est pas de venir en aide aux artistes.

Mme Vermette: Non.

M. Gratton: Nous sommes très heureux si c'est le cas.

Mme Vermette: Je vous ai dit que vous pouvez faire d'une pierre deux coups parce qu'en aidant la promotion d'activités...

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: ...comme le Festival d'été de Lanaudière ça donne un grand rayonnement. Cela permet à des gens de chez nous, locaux, autant qu'internationaux de se produire. C'est la même chose pour le Festival de jazz, pour le festival du cinéma, pour le Festival juste pour rire. Il y en a plein. Par contre, c'est une promotion touristique parce que le touriste qui cherche, c'est autant... Vous savez bien qu'il y a toutes sortes d'événements, ça sort un peu de l'ordinaire, ce qui fait qu'on peut vendre **une** culture différente. Je pense que ça aussi, c'est important. Cela fait partie d'un produit touristique, la culture, le domaine des arts, **tout** ce qui touche aussi... Je ne vous demande pas **de** donner le 1 % aux artistes comme votre collègue, mais, par contre, je vous dis que vous pourriez **peut-être**... Je m'explique. C'est une occasion importante pour nous au Québec de se faire valoir, de

faire valoir notre génie québécois, notre créativité québécoise. C'est une occasion excellente. Tout en faisant la promotion de grands événements, vous permettez en même temps de favoriser nos artistes. C'est tout ce que je vous ai dit. Je ne vous ai pas demandé de donner 1 % de votre budget, un peu comme le réclamaient les artistes, ce à quoi vous vous étiez engagés. Je vous ai demandé tout simplement comment il se fait que, cette année, vous ne sautez pas sur l'occasion pour augmenter les sommes à ce chapitre.

M. Gratton: Tout simplement, pour vous rafraîchir la mémoire à tous sur ce que nous visons comme ministère du Tourisme, voici les critères d'attribution du soutien financier aux événements touristiques. Parmi les éléments admissibles d'une opération de promotion, il y a les frais de conception et d'édition de publications, de présentoirs ou autre matériel promotionnel, les frais de conception et de production de matériel audio-visuel positionnant l'événement et le Québec dans son ensemble, les frais liés à la publicité de l'événement, les frais de séjour et de transport au Québec seulement de journalistes spécialisés effectuant la tournée d'événements touristiques majeurs se déroulant au Québec, les frais liés à l'organisation d'une réception afin d'obtenir une couverture média satisfaisante, et pour l'événement et pour le Québec, et de maintenir l'image de marque du Québec. L'événement faisant l'objet de la demande doit contribuer à l'amélioration et à la diversification de l'offre touristique québécoise. Sur le plan de la participation, l'événement doit s'adresser au grand public. L'événement doit être mis en marché en partie à l'extérieur du Québec. En d'autres termes, si ça s'adresse uniquement aux Québécois, c'est un critère de moins qui risque de faire en sorte qu'on n'interviendra pas, parce que le mandat du ministère du Tourisme, c'est d'attirer des gens de l'extérieur au Québec.

Mme Vermette: Je ne suis pas ministre du Tourisme, mais, par exemple, je suis consommatrice de grands spectacles ou autres, autant quand je voyage que quand je reste ici.

M. Gratton: Mais ce n'est pas du tourisme, ça.

Mme Vermette: Je pense qu'il y a beaucoup de touristes ici qui participent à ces activités. Vous avez juste remarqué...

M. Gratton: Oui, mais on intervient, nous, à partir des critères du programme et non pas à partir des besoins de loisirs des Québécois.

Mme Vermette: Ce ne sont pas des loisirs, ça. En tout cas, je ne le considère pas. C'est une question de perception.

M. Gratton: Je voudrais vous indiquer que, dans les 5 000 000 \$ additionnels qui ont été consentis l'an dernier par le ministre des Finances dans son discours sur le budget, une somme de 200 000 \$ a été allouée pour...

M. Vermette: C'est ça que vous annonciez, j'imagine, dans votre communiqué.

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Oui.

M. Gratton: Ce n'était pas bien?

Mme Vermette: Cette année, faut-il attendre les bonnes nouvelles au budget? Vous allez additionner une autre somme de 200 000 \$?

M. Gratton: Non, non. Cette année, les 5 000 000 \$ de l'an dernier sont récurrents. On les a encore cette année. On ne les a pas perdus. Si le discours sur le budget en ajoute, ce sera additionnel aux 5 000 000 \$.

Mme Vermette: Quand on regarde ce qui a été coupé dans les programmes de transfert, vous en avez coupé beaucoup.

M. Gratton: Pardon?

Mme Vermette: Je dis que, dans les programmes de transfert, il en a été beaucoup coupé; 800 000 \$ ont été coupés dans les programmes de transfert. Finalement, on peut jouer beaucoup avec ces sommes d'argent.

M. Gratton: Ça, c'est le Palais des congrès et l'ITHQ.

Mme Vermette: C'est 45 %. Il faudrait peut-être savoir où a été coupé le reste; ce serait peut-être intéressant.

M. Gratton: Ce qu'il faut savoir aussi, c'est qu'on incite beaucoup les organismes qui organisent les événements touristiques à s'auto-financer. L'aide gouvernementale doit être un supplément aux efforts des organisateurs et des commandites qu'ils peuvent obtenir. C'est sûr qu'on ne veut pas se substituer aux premiers intéressés que sont les organisateurs et l'entreprise privée.

Mme Vermette: Vous allez pouvoir nous le dire concernant l'autre partie. Il y en a 45 % qui sont imputés justement...

M. Gratton: J'ai déjà la réponse ici. Peut-être que M. Thibault pourrait vous la communiquer.

Le Président (M. Kehoe): Voulez-vous vous

identifier, M. Thibaudeau, pour les fins du **Journal des débats**.

M. Thibaudeau (Pierre): Pierre Thibaudeau, directeur des ressources financières. Essentiellement, au chapitre des dépenses de transfert, les principaux écarts s'expliquent, d'une certaine façon, au moins pour 1 300 000 \$, du fait qu'en ce qui concerne les travaux d'infrastructure à Memphrémagog ce sont des dépenses de subventions. Contrairement aux années précédentes, cette année le fédéral versera l'argent par virement bancaire. C'est une technique nouvelle qui permet de virer directement l'argent aux municipalités. Cela veut donc dire que ça réduit le budget parce qu'on n'a pas les crédits compensatoires que le fédéral versait au préalable au fonds consolidé du revenu. Pour 1 300 000 \$, c'est une explication qui vient valider par rapport à 1988-1989 l'enveloppe des budgets prévus puisqu'on voit qu'il y avait une différence d'environ 1 300 000 \$, justement. Alors, essentiellement, la différence vient de là. Donc, il n'y a pas de perte d'argent comme tel. Il y a une baisse des crédits au ministère du Tourisme, mais le même argent va vers les bénéficiaires qui sont, entre autres, dans ce cas, les municipalités.

Mme Vermette: C'est le fédéral qui donne les sommes d'argent directement aux municipalités.

M. Thibaudeau: C'est ça.

Mme Vermette: C'est pour combien?

M. Thibaudeau: 1 300 000 \$.

Mme Vermette: 1 300 000 \$.

M. Thibaudeau: Sur l'enveloppe de 3 000 000 \$.

Mme Vermette: Sur l'enveloppe de 3 000 000 \$. Et le reste va à l'institut d'hôtellerie?

M. Thibaudeau: Non. Il y a différents programmes de transfert au ministère. La répartition des programmes de transfert s'établit pour une dizaine ou une douzaine d'activités. C'est essentiellement autour des associations touristiques régionales, entre autres.

Mme Vermette: Pourrait-on avoir la ventilation des crédits périmés?

M. Thibaudeau: De 1988-1989 au chapitre des dépenses de transfert?

Mme Vermette: Oui.

M. Thibaudeau: Oui, on pourra vous la faire parvenir. Encore là, ce serait préférable d'at-

tendre au 15 mai, étant donné que les conventions comptables permettent d'imputer les dépenses jusqu'au 30 avril. C'est pour cela que, depuis tantôt, quand on parle de fin d'année, il vaut mieux attendre au 15 mai pour avoir la fin d'année complète.

Mme Vermette: Oui. Ça va, d'accord.

Vous venez de parler d'associations touristiques régionales; il y a un statu quo là aussi. Qu'est-ce qui fait qu'on maintienne le statu quo par rapport à 1988, soit 3 368 000 \$ pour les associations touristiques régionales?

M. Gratton: C'est essentiellement parce qu'on avait été extrêmement généreux il y a deux ans lorsqu'on a... C'est le protocole d'entente qui a été signé avec les associations touristiques pour trois ans.

Mme Vermette: Pour trois ans. Mais dans le cahier explicatif, à la page 5, on marque 4 000 000 \$, alors que dans le cahier des crédits on parle de 3 000 000 \$. Dans le cahier explicatif, on voit: Associations touristiques régionales, 4 298 000 \$, et, quand on regarde à la page 95, c'est 3 368 000 \$.

M. Thibaudeau: Essentiellement, la différence vient du fait que, pour la rédaction du livre des crédits, l'inscription des données pour l'ensemble du gouvernement, le Conseil du trésor regroupe par thèmes les dépenses de transfert et, donc, ce qu'on retrouve dans le livre des crédits, donc à la page 5 du tableau dont vous me parliez tout à l'heure, c'est un regroupement de programmes de transfert qui va vers les ATR, tandis que, quand on parle du programme Soutien financier aux ATR, ce n'est qu'un programme. Le programme Soutien financier aux ATR est de 3 368 000 \$, tandis que dans l'ensemble des programmes pour lesquels certaines dépenses sont orientées vers les ATR, c'est-à-dire que les ATR sont des organismes jugés admissibles, il y en a donc, à ce moment-là, pour 4 298 000 \$ pour 1989-1990, et essentiellement c'est: Soutien financier aux ATR, 3 368 000 \$; Construction de maisons régionales du tourisme, puisque ce ne sont que les ATR qui sont admissibles, 163 000 \$; et les Guides touristiques régionaux, 766 000 \$. C'est donc un regroupement à cette fin pour le livre de l'étude des crédits.

Mme Vermette: D'accord.

M. Gratton: Vous voyez, on en apprend, des choses, n'est-ce pas?

Taxe sur les chambres d'hôtel

Mme Vermette: La taxe d'achalandage. Vous semblez, à un moment donné, être favorable à une telle taxe. Comme vous êtes un homme, vous me l'avez dit tantôt, qui est pour les consensus,

et que vous voulez vraiment participer avec les différentes parties en présence, est-ce que vous maintenez toujours la même position? Quand on regarde les différentes déclarations qui ont été faites dans les journaux, au moment où vous en parliez, il semblait que vous étiez très favorable: "Gratin favorable à une taxe sur le prix des cha. libres d'hôtel", "3 % sur les chambres d'hôtel". Donc est-ce que votre position se maintient toujours? Avez-vous l'intention de l'appliquer prochainement ou est-ce que vous vous êtes ravisé face à cela?

M. Graton: Je ne vous surprendrai sûrement pas si je vous dis qu'il y a peu de chance qu'une nouvelle taxe sur l'achalandage des chambres d'hôtel soit imposée cette année. Il faut toujours savoir discerner ce qu'on lit dans les journaux et ce qui, parfois, est dit et peut être différent.

Mme Vermette: Comme le premier ministre.

M. Graton: Ce à quoi je suis favorable, c'est une augmentation...

Mme Vermette: Avant et après les élections.

(17 h 15)

M. Graton: ...des ressources qui sont consacrées à la promotion touristique. D'ailleurs, la suggestion avait été faite par un comité de stratégie, à Montréal. Ce comité avait identifié une taxe d'achalandage comme une façon susceptible de fournir les ressources financières nécessaires pour faire une promotion adéquate des diverses régions du Québec, façon qui a d'ailleurs été adoptée par la plus grande partie des destinations concurrentes du Québec. Effectivement, j'ai réagi de façon favorable en me disant tout à fait disposé à faire cheminer l'idée, à condition que cela obtienne l'appui des principaux intéressés. Or, j'ai eu l'occasion depuis, d'indiquer très clairement, à la suite de revendications des hôteliers et de combien d'autres intervenants, et aussi face à la réforme fiscale fédérale qui pourrait inclure non pas une taxe d'achalandage, mais une taxe de vente sur l'ensemble des services, incluant une taxe sur les chambres d'hôtel... Bien sûr, il aurait été prématuré pour nous... D'ailleurs, je n'ai fait aucune recommandation, jamais, aucune demande au gouvernement ni au ministre des Finances pour entériner cette suggestion de la ville de Montréal. Au moment où on se parle, j'ai déjà eu l'occasion d'indiquer très clairement, notamment aux associations d'hôteliers, que le dossier n'était pas actif et que, tout au moins, il faudrait attendre les décisions de M. Wilson, le ministre fédéral des Finances, avant même de considérer, d'envisager trouver des ressources financières et les moyens de faire une meilleure promotion touristique, moyens qui auraient pu être une taxe d'achalandage, mais qui pourront aussi être autre chose.

Mme Vermette: Par cette taxe d'achalandage, vous voyiez un moyen de financer la promotion touristique. Vous aviez escompté que cela pourrait avoir des retombées économiques de l'ordre de 13 000 000 \$ à 17 000 000 \$ environ. Or, on est loin du budget qu'on a à l'heure actuelle en ce qui concerne la promotion. À ce moment-là, est-ce que vous visiez plus grand en ce qui concerne la promotion du tourisme?

M. Graton: Effectivement, on visait à ajouter ces sommes. D'ailleurs, la suggestion était affublée de conditions. On disait: On suggère que le gouvernement impose une taxe d'achalandage sur les chambres d'hôtel à condition que l'ensemble du produit de cette taxe soit consacré exclusivement à la promotion touristique. Dès lors, cela posait un problème parce que des taxes désignées, on le sait, cela va à rencontre des politiques du gouvernement du Québec et non seulement du gouvernement actuel, mais des gouvernements successifs du Québec. L'idée n'a jamais cheminé au sein du gouvernement pour les raisons que j'ai évoquées tantôt et ne risque pas d'évoluer en 1989.

Mme Vermette: Sûrement pas d'irritants pour 1989.

M. Graton: Évidemment, je ne veux pas dévoiler des secrets du ministre des Finances parce que je ne les connais pas. Mais rarement va-t-on poser des gestes, dans le discours sur le budget, qui ne font pas l'objet de demandes de quiconque. Et, comme ministre du Tourisme, il n'y a pas eu de demandes de ma part.

Institut de tourisme et d'hôtellerie

Mme Vermette: Bien. On peut passer à l'ITHQ, l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec. Au moins, cette année, ces gens seront un peu plus chanceux, il va y avoir un peu plus d'inflation, leurs budgets vont être augmentés. En fait, il y a une augmentation des budgets. Encore là, il faut que je fasse attention, les factures n'étaient pas toutes rentrées, j'imagine. Les dépenses étaient de 15 000 000 \$ ou de 11 000 000 \$, est-ce qu'on peut le savoir?

M. Thibadeau: Quelle est la question, exactement?

Mme Vermette: Les dépenses exactes. Les crédits étaient, pour 1988-1989, de 15 535 000 \$. Est-ce qu'ils ont été complètement dépensés ou bien s'ils ont été... Ce que nous avons comme dépense réelle, actuellement, nous avons 11 643 000 \$, donc... Encore là...

M. Thibadeau: D'accord.

Mme Vermette: ...il y a peut-être des

factures qui ne sont pas rentrées.

M. Thibaudeau: Effectivement. D'ailleurs, les budgets ont été modifiés depuis, encore une fois, pour permettre à l'ITHQ d'obtenir des transferts de crédits par le biais d'autres organismes et pour permettre à cette nouvelle corporation de pouvoir oeuvrer, tant dans le domaine de l'administration que dans le domaine de l'hôtellerie. C'est ce qui fait que, finalement, pour 1988-1989, les budgets sont de l'ordre de 17 200 000 \$. Essentiellement, les crédits périmés n'existeront pratiquement pas ou ils seront peut-être de l'ordre de 2 %, ce qu'on appelle des crédits mécaniques, dans le sens qu'il y a peut-être des factures qui n'entreront pas.

Mme Vermette: Est-ce que vous avez la ventilation, justement, des transferts de crédits? Est-ce qu'on veut savoir à quoi cela a été donné?

M. Thibaudeau: En fait, cela a été transféré directement au budget de l'Institut de tourisme et d'hôtellerie du Québec en provenance d'une diminution d'un gel de crédits du ministère du Tourisme. Le ministère du Tourisme avait un gel de crédits fixé par le Conseil des ministres, de l'ordre de 5 000 000 \$. Récemment, une décision a ramené ce gel de crédits de 1 075 500 \$, afin de majorer le budget de fonctionnement de l'Institut. Également, le ministère a consenti un virement de 160 000 \$ pour les dépenses des télécommunications de l'Institut. Alors, essentiellement, toutes les sommes qui ont été ramenées au budget de l'Institut, c'est pour lui permettre de réaliser les dépenses de fonctionnement reliées à sa nouvelle incorporation, depuis le 1er juillet.

Mme Vermette: D'accord. Si...

M. Thibaudeau: Excusez-moi. Encore là, le 15 mai, les résultats finaux seront connus.

Mme Vermette: D'accord.

Est-ce que l'organigramme est complété, actuellement, à l'Institut de tourisme et d'hôtellerie ou il est tel quel? Il y avait quatre postes vacants. Il y avait quatre postes par intérim et deux postes vacants. Donc, est-ce que cela est complété? J'imagine que ce n'est pas comme pour les factures...

Le Président (M. Kehoe): Pour les fins du *Journal des débats*, je vous demanderais de vous identifier.

M. Brodeur (Pierre): Pierre Brodeur, directeur général de l'ITHQ. Non, nous sommes en discussion... Nous avons présenté un POAS au Conseil du trésor, donc le document que vous avez est exact.

Mme Vermette: Bon! Alors, en ce qui

concerne les approvisionnements, c'est toujours quelqu'un par intérim.

M. Brodeur: Oui, madame, M. le Président.

Mme Vermette: À la Direction des services administratifs, c'est encore quelqu'un par intérim. Depuis combien de temps assument-ils l'intérim?

M. Brodeur: Je suis là depuis huit mois, je ne pourrais pas vous répondre exactement.

Mme Vermette: Il manque un poste. Depuis quand y a-t-il cette vacance du contrôleur des finances?

Une voix: Je n'ai pas compris.

M. Brodeur: Le contrôleur des finances...

Mme Vermette: Il n'y a pas de contrôleur des finances, c'est marqué: poste vacant. Je voulais savoir depuis quand le poste était vacant. Il me semble que c'est assez important.

M. Brodeur: Madame, avant le 30 juin, c'était le ministère du Tourisme qui faisait ça. Nous sommes en train de reprendre notre "autonomisation", si vous voulez, mais ce n'est pas encore complété. C'était le ministère du Tourisme, à ce moment-là - encore il y a une semaine ou deux - qui s'occupait de nos dépenses.

Mme Vermette: Bon.

M. Brodeur: Nos envoyons nos factures et c'est le ministère qui les paie encore.

Mme Vermette: En fait, vous attendez pour ouvrir ces postes. Qu'est-ce que vous attendez? Est-ce que vous allez le faire dans un avenir prochain? C'est eux qui vont le faire, ce n'est plus vous qui allez le faire?

M. Brodeur: Nous avons présenté au Conseil du trésor, le 13 février, un POAS...

Mme Vermette: D'accord.

M. Brodeur: ...une restructuration et un POA.

Mme Vermette: D'accord. Quand envisagez-vous ouvrir ces concours?

M. Brodeur: Nous avons eu une première rencontre, aujourd'hui, avec les analystes du Conseil du trésor sur le POAS. Nous avons une autre rencontre mardi prochain. Dans les semaines qui vont suivre, le plus rapidement possible, lorsqu'on nous aura attribué des postes, nous pourrions ouvrir les concours, etc., mais on ne peut pas procéder avant d'avoir eu l'assentiment

du Conseil du trésor sur le POAS et sur le POAI.

Mme Vermette: Est-ce que vous allez mettre une forme d'urgence à combler le poste du contrôleur des finances? À quel rythme faites-vous le contrôle financier dans votre organisme, corr.,e tout est changé?

M. Brodeur: C'est-à-dire qu'il est contrôlé, bien sûr...

Mme Vermette: Oui, mais c'est le contrôle interne.

M. Brodeur: Oui.

Mme Vermette: Oui.

M. Brodeur: Par la gestion financière.

Une voix: C'est ça. Ce n'est que pour l'hôtel, le poste dont on parle.

Mme Vermette: Pour uniquement quoi?

Une voix: Pour l'hôtel.

M. Brodeur: Celui qui est...

Mme Vermette: Le contrôle financier, ici, la direction de l'hôtel, de l'institut.

M. Brodeur: Si vous regardez à l'autre bout, les postes qui ne sont pas remplis là sont remplis par la gestion financière. Celui-là n'est que pour l'hôtel de l'institut. Je ne sais pas si on regarde le même organigramme.

Mme Vermette: Oui, oui. J'essaie de trouver votre...

Cela va parce qu'on me dit que le temps file et qu'il ne nous reste que cinq minutes. Je vous remercie, M. Brodeur. Excusez-moi, parce que le temps file.

Société du Palais des congrès

Il y avait aussi la Société du Palais des congrès de Montréal. J'aimerais avoir la ventilation des salaires. Je trouve qu'il y a 99 personnes pour 3 000 000 \$ en salaires et il y a seulement 16 cadres. Est-ce que c'est possible d'avoir la ventilation, s'il vous plaît?

M. Gratton: Je pense qu'au Palais des congrès il y a énormément de...

M. Fragasso (Bruno): Il y a énormément d'employés à l'événement.

Le Président (M. Kehoe): Voulez-vous vous avancer?

M. Gratton: M. Bruno Fragasso, P.-D.G. de

la société.

Le Président (M. Kehoe): Pour le **Journal des débats**, voulez-vous vous avancer et vous identifier?

M. Fragasso: Bien sûr. On va vous donner ça. On a 99 employés permanents, ce qui comprend les cadres et les employés syndiqués. Mais il y a quelque chose comme à peu près 200 employés qui sont à l'événement qui, bien sûr, tout en faisant partie du budget ou de l'enveloppe budgétaire en matière de personnel, ne sont appelés que lorsqu'il se passe des événements et en fonction de l'ampleur de l'événement.

Mme Vermette: Cela va. Avez-vous des chiffres sur cette ventilation?

M. Fragasso: Bien sûr. L'enveloppe budgétaire totale représente 3 500 000 \$. Maintenant, cela comprend 964 000 \$ pour les cadres, pour les non-syndiqués 502 000 \$ ou 503 000 \$ et pour les syndiqués 2 043 000 \$. Et tout ce monde-là ensemble représente effectivement ce que je vous disais tout à l'heure...

Mme Vermette: 3 500 000 \$.

M. Fragasso: ...les 99 personnes plus les quelque 200 autres qui sont à l'événement.

Mme Vermette: Vous avez aussi des postes vacants. Vous avez celui du vice-président au marketing qui est vacant. Est-ce qu'on peut savoir depuis quand il y a une vacance à ce niveau-là?

M. Fragasso: Le poste est vacant depuis presque deux ans et on est en ce moment à la recherche d'un vice-président au marketing. Il va être nommé d'ici la fin du mois d'avril.

Mme Vermette: C'est peut-être pour ça que les congrès diminuent. Et à la Direction du développement et des projets spéciaux aussi. Ce sont deux points très névralgiques et vous avez deux vacances. Est-ce que ça dure aussi...

M. Fragasso: Mais remarquez une chose. Au chapitre du développement, on ne pense pas, en tout cas pour le moment, que ce soit nécessaire d'avoir un cadre qui occupe cette fonction-là. Le vice-président au marketing va très bien pouvoir assumer la fonction du marketing et du développement.

Mme Vermette: Vous entrevoyez donc des modifications à l'organigramme? En fait, vous allez avoir un cadre de moins.

M. Fragasso: Voilà.

M. Gratton: Dans le cas du vice-président au marketing, il faut rappeler que le prédécesseur de M. Fragasso, M. Soussana, avait choisi d'assumer lui-même les responsabilités du poste, tout au moins temporairement. Et on sait que le décès de M. Soussana survenant très rapidement après son entrée en fonction explique en grande partie pourquoi le poste est vacant depuis aussi longtemps. Et je crois savoir que la direction de la société procède présentement au recrutement d'un vice-président au marketing par le biais d'une firme de consultants.

Le Président (M. Kehoe): Mme la députée, avant d'adopter l'ensemble des crédits, avez-vous un mot de la fin? il reste jusqu'à cinq heures et demie.

Mme Vermette: Écoutez, je vous remercie de votre collaboration et de vous être si bien prêtés à nos questions. Nous allons attendre les réponses aux demandes que nous avons formulées et nous verrons aussi, avec le budget, pour réaliser ce discours, l'implication du gouvernement au chapitre du développement touristique.

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

M. Gratton: Simplement pour dire merci à mesdames et messieurs les membres de la commission et à vous, M. le Président. Je souhaite, évidemment, que la collaboration que nous obtenons de nos collaborateurs soit toujours aussi efficace et fructueuse.

Adoption des crédits

Le Président (M. Kehoe): Avant d'ajourner, est-ce que le programme 1 et l'ensemble des crédits du ministère sont adoptés?

Des voix: Adopté.

M. Gratton: Adopté.

Le Président (M. Kehoe): Je déclare les travaux de la commission ajournés sine die et je déclare ce mandat accompli.

(Fin de la séance à 17 h 31)