



ASSEMBLÉE NATIONALE

DEUXIÈME SESSION

TRENTE TROISIÈME LÉGISLATURE

Journal des débats

Commissions parlementaires

Commission permanente de l'économie et du travail

Vérification des engagements financiers

Ministère : Tourisme

Période: Octobre 1987 à juillet 1988

Le mardi 11 octobre 1988 - No 28

Président : M. Pierre Lorrain

*Année de
5/10/88*

QUÉBEC

Débats de l'Assemblée nationale

Table des matières

Réponses déposées	CET-1173
Engagements financiers	CET-1173
Octobre 1987	CET-1173
Novembre	CET-1174
Décembre	CET-1178
Janvier 1988	CET-1181
Février	CET-1183
Mars	CET-1188
Avril	CET-1193
Mai	CET-1198
Juin	CET-1200
Juillet	CET-1205

Intervenants

M. Jean-Pierre Charbonneau, président

M. Michel Gratton
Mme Cécile Vermette
M. Jean-Paul Théorêt

- * M. Jacques-Yves Therrien, ministère du Tourisme
- * Témoin interrogé par les membres de la commission

Le mardi 11 octobre 1988

Vérification des engagements financiers

(Dix heures six minutes)

commentaires, on va commencer immédiatement.

Le Président (M. Charbonneau): La commission de l'économie et du travail entreprend, ce matin, l'étude des engagements financiers du ministère du Tourisme pour les mois d'octobre 1987 à juillet 1988. Est-ce qu'il y a des remplacements, M. le secrétaire?

Le Secrétaire: Oui, M. le Président. Il y a un seul remplacement: M. Gendron (Abitibi-Ouest) est remplacé par Mme Vermette (Marie-Victorin).

Réponses déposées

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. Bonjour, madame. Nous allons commencer immédiatement. Avant, je veux déposer la liste des réponses obtenues qui, de toute façon, a déjà été distribuée aux membres de la commission depuis un certain temps déjà, le 3 décembre 1987. Il semble que la commission se réunit souvent pour étudier les engagements financiers du ministère du Tourisme. Alors, on fait le dépôt et on va immédiatement commencer les engagements financiers du mois d'octobre 1987.

M. Gratton: M. le Président, peut-être me permettrait-on de présenter les gens qui m'accompagnent ce matin et qui, à l'occasion, auront à répondre directement aux questions des membres de la commission. D'abord, à ma droite, M. Jacques-Yves Therrien, qui est sous-ministre au ministère du Tourisme depuis la création du ministère. À ma gauche, M. Jean-Bernard Villemare, qui est directeur de cabinet. À ma droite, derrière moi, Mme Huguette Dionne, de la Direction des ressources financières, M. Pierre Thibodeau, directeur des ressources financières, M. Nicol Jean, secrétaire du ministère et Mme Lyne Béland, qui est attachée politique au cabinet et qui s'occupe, entre autres choses, de la liaison avec les membres de l'Assemblée nationale.

M. le Président, avant de passer aux engagements financiers, je voudrais, quand même, souligner le fait que Mme la députée de Marie-Victorin vient d'être désignée par l'Opposition officielle comme critique en matière de tourisme. C'est avec plaisir que nous aurons à travailler ensemble, sûrement, en tout cas, en ce qui a trait aux objectifs qu'on s'est fixés de faire mieux connaître l'importance de l'industrie touristique, tant chez les membres de l'Assemblée nationale qu'auprès de la population.

En ce sens, je lui réitère l'invitation de ne pas hésiter à communiquer avec nous pour toute information qui pourrait s'avérer utile ou nécessaire.

Le Président (M. Charbonneau): Sur ces

Mme Vermette: M. le Président, à mon tour, de bien accueillir les derniers propos du ministre et de lui dire que c'est dans cette même veine que nous allons essayer de collaborer le mieux possible en ce qui concerne le dossier touristique. En ce qui nous concerne, le rôle de l'Opposition est de faire connaître le plus possible la meilleure gestion d'un gouvernement et de souligner tous les faits qui s'y rattachent. Dans ce sens, vous êtes assuré de notre collaboration. On pourrait commencer tout de suite.

Engagements financiers

Le Président (M. Charbonneau): Très bien. On va commencer par l'engagement 22 du mois d'octobre 1987.

Octobre 1987

Mme Vermette: M. le Président, sur l'engagement 22 du mois d'octobre 1987, j'aimerais savoir si le fournisseur qui a obtenu ce contrat était l'unique fournisseur de ce type d'appareils ou s'il y avait d'autres soumissionnaires.

M. Gratton: C'est, évidemment, le Service des achats qui remplit la commande du ministère du Tourisme. Je crois comprendre que, vu que le système est déjà du type Comterm, il appartient au Service des achats de constater s'il y a possibilité de remplir la commande à partir de la liste des fournisseurs qu'il obtient. On pourrait vérifier pour savoir si, effectivement, Comterm était le seul fournisseur. Au moment où on se parle, je suppose que oui, mais sujet à vérification.

Mme Vermette: Cela a été négocié; ils ne sont pas allés en soumissions; c'est un contrat négocié.

M. Gratton: Plutôt que de m'avancer plus loin, il ne semble pas qu'on dispose de l'ensemble de l'information. Donc, on va aller aux informations et fournir l'information à la commission.

Mme Vermette: D'accord. Alors, il faut croire qu'on avait de très bons motifs de choisir cette firme finalement.

M. Gratton: Je présume que oui.

Mme Vermette: Bon, parfait. On pourrait passer à...

Le Président (M. Charbonneau): ...l'engagement 23. S'il n'y a pas d'autres questions, on considère que l'engagement 22 est vérifié.

Mme Vermette: Et c'est sujet à ce que nous aurons les informations ultérieurement.

Le Président (M. Charbonneau): Oui, d'accord. Cela va?

Mme Vermette: Parfait.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 22 étant vérifié, j'appelle l'engagement 23.

Mme Vermette: À l'engagement 23, c'est le même fournisseur. Alors, cela va pour cet engagement.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va? Alors, cela termine...

Mme Vermette: Il n'y a pas de questions.

M. Gratton: C'est les mêmes explications dans les deux cas.

Mme Vermette: C'est le même fournisseur.

Le Président (M. Charbonneau): Très bien. Nous allons passer maintenant aux engagements du mois de novembre 1987. D'abord, l'engagement 28, subvention à la Corporation du Carnaval de Québec.

Novembre

Mme Vermette: Oui. Le Carnaval de Québec est une chose dont on a entendu énormément parler, en fait. Ce serait intéressant si on pouvait avoir les états financiers de la corporation pour l'hiver 1988. Est-ce possible?

M. Gratton: Oui, on m'indique qu'il n'y aura pas de problème. On vous les fera parvenir.

Mme Vermette: Bon, cela va. Alors, est-ce que la demande pour l'année 1989 est du même montant de 320 000 \$ ou s'ils ont des demandes supplémentaires? Est-ce le statu quo?

M. Gratton: Présentement, surtout à notre initiative au ministère du Tourisme, on est en train de négocier une nouvelle façon d'en arriver à fixer la participation du ministère à l'événement. L'an dernier - je vous dis cela très brièvement - à la veille de l'ouverture du carnaval, le président du carnaval et le directeur général de l'organisation étaient dans mon bureau en train de m'expliquer qu'il fallait absolument obtenir de l'argent comptant ce jour-là puisque les activités commençaient le lendemain. Cela m'était apparu inacceptable comme méthode de fonctionnement. Ces gens ont à organiser un événement majeur sur le plan touristique surtout en hiver. Il me semblait qu'ils devraient avoir autre chose à faire qu'être pris dans le bureau du ministre à quémander des montants de

subvention qui sont depuis toujours discrétionnaires.

Alors, ce que nous avons convenu de faire cette année, c'est d'abord travailler sur une période de trois ans. On a entamé les négociations avec l'organisation, soit la Corporation du Carnaval de Québec, afin que la participation du ministère du Tourisme plutôt que d'être globale à partir d'une enveloppe générale qui souvent ne répond même pas à la demande... Traditionnellement, on disait: L'an dernier, c'était 320 000 \$; cette année, c'est 320 000 \$ ou 330 000 \$. C'est un peu comme cela qu'on a fonctionné depuis que le ministère existe. Cette année, on a entamé des discussions pour que la participation du ministère porte surtout sur les efforts de promotion de l'événement. C'est évident que le ministère du Tourisme ne se sent pas de responsabilité particulière à l'endroit de l'organisation physique de l'événement. Ce qui est pertinent au Tourisme, c'est l'effort qu'on greffe autour de l'organisation de l'événement pour faire la promotion du Québec comme destination touristique au cours de cette période.

C'est ainsi qu'on a formulé - je pense que c'est encore en discussion, mais sur le point d'aboutir - une méthode qui nous permettrait... Dans la première année, pour tout vous dire il n'est pas question de couper dans le montant qui a été accordé l'an dernier; le même montant sera disponible pour l'année prochaine, mais on va faire une espèce de "phasing-out" du montant statutaire ou global discrétionnaire qui, cette année, se situera à quelque 150 000 \$. Graduellement, on va le faire décroître sur les trois prochaines années pour le remplacer par des sommes analogues, mais qui seront rattachées aux efforts de promotion de l'événement au Québec, mais surtout à l'extérieur du Québec, dans nos marchés cibles de l'Ontario et du nord des États-Unis.
(10 h 15)

Alors, du côté de la promotion et de la publicité de l'événement, on va donner un pourcentage lié aux efforts qui seront consentis par le carnaval, de façon que nous ayons vraiment des retombées directes des investissements qu'on fait là-dedans. Cela sera fait sur une période de trois ans, ce qui permettra, quand on aura conclu les discussions, de ne plus avoir à émettre des chèques la dernière journée avant l'événement.

Mme Vermette: Si j'ai bien compris, ce sera encore 320 000 \$ pour cette année?

M. Gratton: L'an passé, l'engagement était de 320 000 \$, mais, finalement, on a déboursé seulement 300 000 \$. Alors, cette année, cela pourrait être de l'ordre de 320 000 \$, mais comme certaines des sommes sont relatives à l'effort fourni par le carnaval, si le carnaval décide de mettre moins d'argent pour la promotion à tel endroit, évidemment, la participation

du ministère sera inférieure. C'est, d'ailleurs, la raison pour laquelle on veut que ce soit comme cela. On veut que les investissements qu'on fait soient vraiment dans le domaine qui nous concerne et on veut ainsi inciter le carnaval à mettre plus d'effort du côté de la promotion qu'il n'en a peut-être fait jusqu'à maintenant.

Mme Vermette: Est-ce que vous avez eu des rapports en ce qui concerne le taux d'achalandage et de participation au carnaval? On me disait qu'au niveau local cela tend à diminuer et même au niveau...

M. Grattoir: On n'a pas de chiffres très précis au moment où on se parle. Le carnaval se propose de faire une étude des retombées et de nous fournir le plus de statistiques possible. Une partie de notre aide financière sera également reliée, évidemment, aux résultats obtenus. L'impression qu'on a que l'assistance diminue, je la partageais il y a deux ou trois ans. Je ne sais pas pourquoi, c'est peut-être parce que je m'y intéresse plus qu'il y a deux ou trois ans, mais il m'a semblé qu'il y avait l'an dernier un effort réel de la part des organisateurs de diversifier le produit. Il y a eu beaucoup plus de manifestations de type culturel comparé à ce qu'on connaissait traditionnellement.

Je pense qu'il y a eu un effort de réorientation qui se poursuit avec l'administration actuelle du Carnaval de Québec. Je pense que c'est, dans une bonne mesure, ce qui permettra de refaire un succès du Carnaval de Québec. Il a toujours été un succès, mais, comme le souligne Mme la députée, il l'a été un peu plus il y a quelques années que ce n'est le cas présentement.

Mme Vermette: En fait, il serait peut-être important de rajouter la formule.

M. Gratton: Cela fait partie des objectifs que se sont fixés les organisateurs.

Mme Vermette: Parfait.

M. Gratton: Il est important qu'on souligne que notre intérêt, comme ministère du Tourisme, est de maximiser les retombées en termes de visiteurs qui viennent de l'étranger pour l'événement. Que la fête soit populaire auprès des Québécois, cela nous intéresse, mais surtout dans la mesure où, si c'est intéressant pour les Québécois, cela risque d'attirer des gens de l'extérieur. Évidemment, s'il n'y a pas une participation populaire assez forte, il serait illusoire de penser qu'on peut vendre la destination à l'extérieur, si on ne réussit même pas, d'abord, à intéresser les Québécois eux-mêmes.

Mme Vermette: Tout cela est interrelié, en fait. Quand on parle de tourisme, on parle toujours d'activités et aussi d'infrastructures en

ce qui concerne les routes, les voies d'accès, les moyens de transport avec les agences de voyages, les prix forfaitaires. Cela touche énormément d'aspects. À ce moment-ci, est-ce que vous prévoyez déployer les efforts nécessaires avec les différentes agences de voyages ou les différentes compagnies de transport pour qu'il y ait des incitatifs intéressants pour que les gens puissent venir à cet événement?

M. Gratton: Excusez-moi. Est-ce que Mme la députée pourrait répéter sa question?

Mme Vermette: En fait, je disais que tout était interrelié sur le plan touristique. Quand on veut faire de la promotion, il faut faire d'autres interventions au niveau des agences de voyages, au niveau des services routiers aussi. Donc, les sommes d'argent que vous devez donner pour la promotion de cet événement, il faut aussi qu'elles débordent dans d'autres secteurs d'activité, notamment les agences de voyages, les compagnies de transport, des facilités, en fait, qui font que cela devient intéressant pour le touriste.

M. Gratton: Il y a, d'abord, le fait que l'événement comme tel nous sert à promouvoir Québec comme destination, mais pas seulement pendant la tenue de l'événement lui-même. Évidemment, ce n'est pas tellement à ce moment-là qu'on vise à remplir les chambres d'hôtel et les restaurants puisque, de façon générale, à Québec, c'est assez plein. Il s'agit surtout de donner une certaine notoriété à la région de Québec pour que les gens y viennent durant le carnaval, mais aussi avant et après le carnaval.

Cela étant dit, ce n'est pas seulement le carnaval. C'est le ski au Mont-Sainte-Anne. Le problème de la région de Québec, comme destination touristique, est relié aux difficultés d'accès par transport aérien. À ce titre, le ministère participe aux travaux d'un comité qui inclut Transports Canada, Transports-Québec, les autorités de la Communauté urbaine de Québec et qui fait des démarches auprès des transporteurs aériens pour promouvoir l'implantation de liens directs entre Québec et certaines destinations aux États-Unis. C'est ce qui manque le plus, finalement. On n'a pas encore de résultats très concrets, à ma connaissance, mais on m'indique que le comité est au travail, qu'il fait les démarches et qu'il estime obtenir des résultats concrets bientôt.

Mme Vermette: Est-ce que cela veut dire que vous allez attendre les ententes fédérales-provinciales pour arriver à prendre des décisions ou si vous allez, de votre propre initiative, commencer à dessiner certaines lignes possibles ou certaines négociations possibles avec les États-Unis?

M. Gratton: Non, il n'y a pas d'attentisme

de notre part. D'ailleurs, c'est surtout à l'entreprise privée qu'il appartient de prendre des initiatives. Sur le plan du transport aérien, eh bien, ce serait sûrement plus intéressant pour un transporteur si un grossiste offrait un forfait qui inclut le transport. Comme ministre, nous incitons l'entreprise à aller dans ce sens-là. On fait reconnaître aux gens qu'il y a là un problème à résoudre, mais ce n'est ni le gouvernement provincial, ni le gouvernement fédéral qui vont réussir à intéresser un transporteur à inaugurer un lien direct entre Québec et une destination quelconque. Surtout dans le contexte de la déréglementation, si ce n'est pas rentable pour quelqu'un de donner le service, il n'y a pas de service. Jusqu'à maintenant, c'est, malheureusement, la situation qui a prévalu. Selon moi, lorsqu'il s'agit de regarder les possibilités d'augmenter la fréquentation, il n'y a pas de doute que c'est du côté des forfaits qu'on risque d'avoir les résultats les plus probants et les plus rapides.

Mme Vermette: M. le Président, je comprends très bien que cela fait partie de l'entreprise privée en ce qui concerne les agences de voyages et tout ça. Mais l'apport du gouvernement doit toujours demeurer un incitatif ou un moteur important lorsqu'il s'agit de mettre en marche une volonté, de sorte que la promotion du tourisme tienne à quelque chose. En fin de compte, cela devient la responsabilité du gouvernement ou une position du gouvernement face au développement touristique de sa province.

M. Gratton: Oui. D'ailleurs, le ministère, par ses programmes réguliers, fait cette incitation constante, que ce soit du côté de la promotion coopérative ou de la publicité coopérative, et par le biais des informations et des statistiques qu'on fournit aux opérateurs qui peuvent, justement, identifier les possibilités d'affaires.

Mme Vermette: Si tout le monde attend, j'ai l'impression qu'on risque d'attendre longtemps et tout le monde se demandera qui sera le déclencheur. Finalement, cela revient un peu au gouvernement de prendre l'initiative.

M. Gratton: J'en conviens. Je ne voudrais surtout pas laisser l'impression que le ministère du Tourisme attend que quelqu'un d'autre prenne les initiatives. Au contraire, le ministère reconnaît sa responsabilité de motiver l'entreprise privée à occuper le terrain. Et nous le faisons de façon régulière et constante.

Mme Vermette: Vous savez que le tourisme et les agences de voyages fonctionnent là où il y a un point d'intérêt.

M. Gratton: C'est ça.

Mme Vermette: C'est interrelié et c'est là

raison de l'importance de la participation du gouvernement. Peu importe son orientation vers l'entreprise privée, il demeure toujours un initiateur de projets, lui aussi.

M. Gratton: Tout à fait.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Cela va pour 28.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 28 étant vérifié, on va passer à l'engagement 29. Il y a des corrections.

Mme Vermette: Non, cela va. Il n'y a rien à signaler en ce qui concerne cet engagement.

Le Président (M. Charbonneau): Il y a, néanmoins, certaines corrections que je voudrais signaler.

Mme Vermette: Là-dessus...

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement aurait dû se lire: Le ministère du Tourisme désire remettre à l'Office du tourisme et des congrès de la Communauté urbaine de Québec un premier versement correspondant au volet programmation du programme associations touristiques régionales. Le montant est de 152 000 \$.

M. Gratton: M. le Président, on notera que cette même correction reviendra à une douzaine de reprises.

Le Président (M. Charbonneau): À l'engagement 30, c'est la même chose; il y a des corrections. On devrait lire l'engagement de cette façon: Le ministère du Tourisme désire remettre aux associations touristiques régionales suivantes un deuxième versement correspondant au volet programmation du programme associations touristiques régionales. Les montants sont identiques, sauf pour Manicouagan où c'est 23 846 \$ plutôt que 28 846 \$. Cela va?

Mme Vermette: La seule question que j'aurais à poser au ministre: Est-ce que les organismes sont satisfaits des subventions reçues ou s'ils ont fait des demandes un peu plus élevées que ce qui présentement a été accepté?

M. Gratton: Non. Nous sommes dans la troisième année d'une entente avec les associations touristiques. Les montants consacrés aux divers volets des programmes des ATR répondent aux demandes des associations touristiques.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: M. le Président, cela va. Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 30 est adopté et vérifié. Maintenant, on va passer à l'engagement 31.

Mme Vermette: Oui, M. le Président. Concernant l'Association des hôtels du grand Montréal, est-ce que c'était la première fois que cette association demandait une subvention ou si cela existe depuis longtemps?

M. Gratton: La question?

Mme Vermette: Je voulais savoir si c'était la première fois qu'on versait une subvention à cette association.

M. Gratton: Pendant qu'on vérifie si c'était la première fois, je dois préciser ce qui nous a amenés à accepter celle-là, en tout cas. Il s'agit du programme Montréal-50 de l'an dernier qui va, d'ailleurs, être rebaptisé cette année. Je voyais cela dans les journaux. On trouve que Montréal-50 aux États-Unis, cela évoque un peu trop le froid et les rigueurs de l'hiver. Ce n'est peut-être pas la meilleure façon de vendre une destination. On va en changer l'appellation, mais le programme reviendra. Il s'agissait d'offrir des forfaits où le transport, les chambres étaient à 50 % durant une certaine période de l'année.

Quant à savoir si c'était la première fois, ce n'est pas une subvention au fonctionnement de l'association, mais strictement à l'occasion de l'organisation de cette campagne où le ministère a non seulement donné une subvention, mais où il a également fourni les services de ses lignes téléphoniques 1-800, etc.

Mme Vermette: Donc, c'était pour une activité très ponctuelle.

M. Gratton: Voilà, oui.

Mme Vermette: Cela veut dire que, si au Lac-Saint-Jean on faisait la même demande pour une activité, on pourrait avoir droit à une subvention du même ordre?

M. Gratton: D'ailleurs, ils l'ont fait dans le cadre du 150e anniversaire et on a accordé des sommes additionnelles à cette occasion.

Mme Vermette: Parfait.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 31 est vérifié. L'engagement 32?

Mme Vermette: Cela va, M. le Président. Il n'y a rien.

Le Président (M. Charbonneau): Une correction...
(10 h 30)

Mme Vermette: Une correction du même ordre.

Le Président (M. Charbonneau): C'est cela. C'est-à-dire que le ministère du Tourisme désire remettre à l'Association touristique régionale de la Montérégie un deuxième versement correspondant au volet programmation du programme associations touristiques régionales. Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Alors, l'engagement 32 est vérifié. L'engagement 33?

Mme Vermette: Oui. Cela représente-t-il approximativement les mêmes sommes qui ont été versées pour l'année 1987 pour la promotion et la publicité?

M. Gratton: C'est équivalent à l'année précédente. Le montant global était de 350 000 \$; l'an dernier, il était de 320 000 \$.

Mme Vermette: J'ai cru comprendre tantôt, quand nous parlions du carnaval, que vous vouliez mettre davantage d'argent dans la promotion par rapport à l'organisation strictement en ce qui concerne l'activité du carnaval comme telle. Là, je trouve que cela n'en fait pas beaucoup pour la promotion, non?

M. Gratton: Là, il s'agit évidemment de la situation de l'an dernier. C'est sûr que c'est ce qu'on peut améliorer. Mais, dans le cas spécifique de l'engagement 33 qui est de 25 000 \$, il faut savoir que c'était dans le cadre de l'entente fédérale-provinciale sur le développement touristique, le volet marketing, et que les 25 000 \$ représentent la moitié de la somme puisqu'il y avait également 25 000 \$ du gouvernement fédéral.

Mme Vermette: Les années subséquentes, est-ce que ce sera toujours comme cela, moitié-moitié entre le gouvernement fédéral et le gouvernement du Québec?

M. Gratton: Tout dépend des activités. Pour une bonne compréhension, il serait peut-être bon de se référer à la subvention ou à l'aide financière globale. Il y aura d'autres engagements tantôt à l'égard du Carnaval de Québec. Si on pense aux subventions versées par le ministère du Tourisme, elles totalisent 300 000 \$, plus des subventions versées dans le cadre de l'entente fédérale-provinciale qui totalisent 55 000 \$.

Le total donc a été de 355 000 \$ l'an dernier, auquel il faut ajouter 155 000 \$ du gouvernement fédéral pour combler le 50-50. Tout cela n'était pas nécessairement proportion-

nel aux activités, aux genres de dépenses qu'a faites le carnaval. C'est ce qu'on expliquait tantôt. On veut tenter de corriger non seulement pour l'an prochain, mais en faisant une entente pour les trois prochaines années. C'est ce qui est en discussion présentement.

Mme Vermette: L'entente se fait avec qui? Avec les gens du carnaval?

M. Gratton: Avec le carnaval.

Mme Vermette: D'accord. Est-ce que vous demandez toujours la participation du gouvernement fédéral dans le cadre de cette entente? Est-ce qu'elle est toujours sujette à la participation du gouvernement fédéral aussi?

M. Gratton: Oui. La participation du gouvernement fédéral est limitée aux 50 000 \$.

Mme Vermette: Mais elle est toujours limitée, peu importe l'entente qui découlera des discussions?

M. Gratton: Sauf s'il y a des activités particulières. Par exemple, l'an dernier, vous vous rappellerez, il y avait eu la venue des célébrités d'Hollywood.

Mme Vermette: "Good Morning America."

M. Gratton: Oui. Le cas spécifique de l'organisation de cette tournée a reçu un appui financier en vertu de l'entente fédérale-provinciale du développement touristique de 60 000 \$: 30 000 \$ du gouvernement du Québec et 30 000 \$ du gouvernement fédéral. Mais si, l'an prochain, il n'y a pas ce genre d'événement, cela pourra réduire la participation de l'entente pour le développement touristique.

Mme Vermette: Mais cela ne veut pas dire que le gouvernement du Québec s'engage à diminuer pour autant les sommes d'argent qui seront nécessaires à l'activité du carnaval.

M. Gratton: Un montant de la subvention va demeurer constant et sera non norme, si on veut. Il constitue quelque 150 000 \$ pour l'année qui vient et il sera décroissant pour les deux années suivantes. C'est dans le reste du programme qu'on va coller notre contribution à des activités particulières de promotion. Les 150 000 \$ seront toujours là. Évidemment, rien ne nous empêchera, si une partie de l'événement est admissible à l'aide de l'entente, de faire appel à l'entente pour obtenir une participation du gouvernement fédéral.

Mme Vermette: Actuellement, ces activités se préparent longtemps d'avance. On doit déjà avoir fait certaines projections. Donc, vous êtes déjà un peu au courant de la façon que devra

prendre la tournure de l'entente.

M. Gratton: Le carnaval est sûrement au courant des intentions du ministère. La question à laquelle je ne peux pas répondre, c'est: Au ministère, est-ce qu'on est au courant des événements que les organisateurs veulent organiser? On m'indique qu'on a une assez bonne idée des événements que le carnaval veut organiser. Cela nous permet de dire qu'à partir des pourcentages qu'on a inclus dans l'entente sur notre participation des activités particulières, le montant que le carnaval pourra toucher ne sera pas inférieur cette année à celui de l'an dernier.

Mme Vermette: Quand vous parliez tantôt de subventions du gouvernement fédéral, c'était dans le cadre d'une activité très ponctuelle ou particulière, finalement. Faut-il que ce soient des activités qui débordent du champ local? Si on avait une activité comme "Good Morning Québec" ou "Bonjour Québec" plutôt que "Good Morning America", le gouvernement fédéral ne s'engagerait pas à subventionner ces activités-là?

M. Gratton: Exactement. C'est en plein le...

Mme Vermette: Il faut que cela déborde du champ...

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: ...provincial. Cela va en ce qui concerne l'engagement 33.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. L'engagement 33 étant vérifié...

Mme Vermette: ...ce qui fait les engagements de novembre en même temps.

Décembre

Le Président (M. Charbonneau): Nous allons maintenant passer aux engagements du mois de décembre 1987.

Mme Vermette: Décembre 1987.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 21.

Mme Vermette: L'engagement 21 concerne les brochures promotionnelles... Je le lis en français, mais...

M. Gratton: "Fins, Antlers and Wings".

Mme Vermette: Je vais ajuster mon tir. En fait, c'est un guide pour la chasse et la pêche. Je me demandais si cette brochure était aussi disponible en français ou si elle s'adresse uniquement à une clientèle anglophone.

M. Grattoir: J'ai ici un exemplaire de la publication. Comme la publication est spécifiquement à l'intention de nos marchés américain et ontarien, évidemment la brochure n'existe pas en français.

Mme Vermette: En fait, il y a 100 000 brochures et cela coûte 93 000 \$, ce qui fait assez dispendieux comme coût de revient pour chaque brochure. Est-ce le prix normal pour un tel genre de brochure?

M. Grattoir: Je pense que la qualité du produit doit être supérieure à ce qu'on pourrait retrouver, par exemple, dans une annonce de journal, compte tenu de la clientèle qu'on courtise. Je pense que la meilleure façon de constater la valeur, c'est de constater que les soumissionnaires... On a procédé par soumissions publiques. Il y a eu trois soumissions: celle de 93 968 \$, la plus basse des trois, a été retenue; la deuxième venait des Ateliers des Sourds inc. de Montréal, à 99 500 \$, et la troisième, de Métropole Litho inc, à 106 000 \$. Cela se situe dans les prix normaux.

Mme Vermette: Je voulais aussi vous demander si cette brochure était donnée ou si elle était vendue.

M. Grattoir: Elle n'a jamais été vendue, non.

Mme Vermette: Elle n'a jamais été vendue. On me dit de votre côté que ce n'est pas cher, mais j'aimerais vérifier avec vous à ce moment-ci. Finalement, une fois terminé, la qualité du produit, favorise-t-elle ou est-elle un incitatif à la participation, à vouloir venir davantage au Québec chasser ou pêcher? Y a-t-il une incidence directe entre la qualité de la revue et le taux de participation? C'est juste par curiosité que je vous pose la question. Comme je ne m'y connais pas...

M. Grattoir: Évidemment, il s'agit là d'une partie des outils qu'on utilise pour attirer les chasseurs et les pêcheurs américains et ontariens chez nous. Comme on le sait, on participe à ce qu'on appelle les "trade shows", des "sportmen shows". Ce sont les pourvoyeurs, c'est le ministère, ce sont les associations touristiques qui vont offrir leurs produits pour la chasse et la pêche à la clientèle américaine. Évidemment, la brochure comme telle est l'information additionnelle qu'on remet aux intéressés qui songent à venir faire un séjour de chasse et de pêche au Québec. Donc, la qualité est commensurable à la clientèle à qui on s'adresse.

Mme Vermette: Je vais vous demander si vous vous limitez uniquement au marché américain et à celui de Toronto. En Europe et ces pays-là, vous ne faites pas de promotion?

M. Grattoir: C'est-à-dire qu'il n'y a pas de promotion comme telle du produit de chasse et pêche à l'extérieur de nos marchés traditionnels que sont l'Ontario et les États-Unis, quoique des efforts de ce côté vont être tentés cette année pour la prochaine saison de chasse et de pêche, notamment en France, particulièrement par la SEPAQ et ses installations à l'île d'Antiscosti. Avec la collaboration du ministère du Tourisme, un effort particulier sera fait, mais très limité, on en convient. Avant de faire la promotion internationale du produit de chasse et pêche québécois, il nous apparaît pertinent d'en assurer la qualité, qui est très inégale au moment où on se parle. Dans les pourvoiries, là où évidemment l'attrait est plus intéressant du point de vue du tourisme, des affaires de tourisme, la qualité du produit est très inégale. C'est ainsi que dans les changements qu'on a apportés aux crédits touristiques, on a prévu un programme de subventions directes du ministère du Tourisme à l'amélioration des installations chez les pourvoyeurs. Je pense que cela doit venir avant les efforts de marketing qu'on pourrait faire, qui pourraient risquer de nous amener une clientèle qui serait déçue du produit qu'on lui offre dans certains cas.

Mme Vermette: Vous travaillez donc en étroite collaboration avec votre collègue, le ministre du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, en ce qui concerne la promotion et le développement de cette activité touristique.

M. Grattoir: Évidemment, les deux ministères travaillent ensemble de ce côté-là. Là où nous songeons à prendre une certaine initiative qui n'existait pas jusqu'à maintenant, c'est du côté de l'amélioration et du développement de la pourvoirie avec ce programme dont je viens de parler qui devrait permettre, non pas de faire des miracles, mais tout au moins d'améliorer les installations de ceux qui veulent se consacrer à attirer des gens de l'extérieur.

Mme Vermette: Avez-vous un échéancier à court terme? Cela peut représenter énormément d'argent. En ce qui me concerne, je connais beaucoup de gens fort intéressés par la chasse et la pêche, surtout parce que la chasse est un attrait touristique important dans nos régions. Je me demandais si vous aviez un échéancier à court terme parce qu'il y a des sommes d'argent impliquées intéressantes à aller chercher aussi dans cela.

M. Grattoir: C'est le plus tôt possible. Il n'y a pas de date magique à partir de laquelle on pense être prêts. Chose certaine, il y a déjà des pourvoyeurs qui font un travail magnifique de ce côté-là. Ils sont bien équipés. Ils font leur promotion et ils font du réceptif, et ils connaissent de très bons succès.

Mme Vermette: M. le ministre, me permettez-vous de vous dire que la magie vous appartient dans ce sens parce que vous êtes au gouvernement?

M. Gratton: Oui, on en est très conscients. C'est pour cela qu'on a l'impression que, du côté de la pourvoirie, il se fait beaucoup pour améliorer le produit.

Mme Vermette: Je vous remercie. En ce qui concerne l'engagement 21, M. le Président...

Le Président (M. Charbonneau): Il n'y a pas d'autre question. L'engagement 21 est adopté. Nous allons passer maintenant à l'engagement 22. (10 h 45)

Mme Vermette: À l'engagement 22, je vais poser à peu près les mêmes questions qu'à l'engagement 21. M. le ministre, cette question concerne autant l'engagement 21 que l'engagement 22, mais je vais la poser à l'engagement 22. Combien reste-t-il? Avez-vous déjà fait un constat en ce qui concerne l'utilisation de ces brochures? Combien en reste-t-il sur les tablettes? Est-ce que cela a été fait à un moment donné comme contrôle pour vérifier l'utilisation et l'impact de ces brochures?

M. Gratton: Évidemment, si on en a imprimé l'an dernier, c'est sûrement parce qu'il n'en restait plus. De façon générale, ces commandes sont placées pour un an et, règle générale, elles sont basées sur l'utilisation de l'année précédente et sur les attentes pour l'année à venir. Mais on peut vérifier en ce qui concerne les...

Mme Vermette: Cela permet tout simplement un certain contrôle et, en même temps, une mesure pour savoir si le nombre était valable ou s'il en fallait plus. C'est pour vérifier, en fin de compte.

M. Gratton: Sauf que ce n'est pas toujours le cas.

Mme Vermette: Non.

M. Gratton: Je comprends ce que veut dire Mme la députée parce qu'on a souvent tendance, en tourisme, à vouloir tellement mesurer les résultats de l'effort que parfois on met plus d'emphase et plus d'efforts à instituer une mesure de contrôle qu'à faire le travail qu'on veut faire, c'est-à-dire la promotion. Je vous dirai que, depuis mon arrivée au ministère, j'ai essayé et je veux pouvoir mesurer l'impact de nos campagnes de publicité, mais je ne veux pas que la campagne de publicité ait pour objectif principal de créer une demande d'information. On pourrait augmenter, multiplier, doubler le nombre de demandes d'information de personnes sur le Québec sans pour autant jamais savoir si ces demandes d'informations se sont traduites par

des visites. Au bout de la ligne, ce qui nous intéresse, c'est que les gens nous visitent et pas nécessairement qu'ils se renseignent à notre sujet. C'est sûr que, quand ils se renseignent à notre sujet, c'est un pas de plus vers la décision de nous rendre visite, mais ce n'est pas toujours le cas. On n'a aucune façon de transcrire en nombre de visites les demandes d'information. Je dis cela parce que, tout en étant très conscient de la nécessité de pouvoir mesurer le plus concrètement possible, il faut éviter l'embûche de mesurer tellement bien qu'on oublie l'objectif premier qui est celui d'amener du monde.

Mme Vermette: Cela m'amène à une autre question: Où sont placées ces différentes revues? Est-ce dans les différentes maisons du Québec, dans différentes...

M. Gratton: Évidemment, dans les différentes maisons du Québec, partout, auprès des agences de voyage, dans les "sportsmen shows", par exemple, chez les gens qui vont offrir le produit dans les "trade shows".

Mme Vermette: Ce qui m'intéresse, c'est de savoir si c'est la clientèle cible qui a cette brochure. Très souvent, de belles brochures, tout le monde en veut parce que c'est beau à l'oeil et que cela fait un bon livre de référence. Mais est-ce qu'on l'utilise vraiment à bon escient, enfin, comme vous le disiez tantôt, pour réellement en profiter et venir sur place?

M. Gratton: C'est d'ailleurs tellement vrai que, normalement, on nous aurait suggéré de faire la distribution de la brochure à chacun des membres de la commission. On a pensé que ce n'était pas ici qu'on aurait la meilleure clientèle. Donc, on a simplement apporté un exemplaire qu'on vous montre, qu'on peut faire circuler, mais qu'on reprendra quand on aura terminé ce matin.

Mme Vermette: À cause du phénomène de rareté.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va pour l'engagement 22?

Mme : Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Celui-ci étant vérifié, nous allons passer maintenant à l'engagement 23.

Mme Vermette: Je pense que l'engagement 23, c'est pour du ski acrobatique, si je traduis bien le nom de l'association. Je me demandais de quel genre était cette corporation. Est-ce une corporation à but non lucratif affiliée à la Fédération du ski? Qu'est-ce que c'est?

M. Gratton Vous parlez de la Canadian Freestyle Skiing World Cup Competition?

Mme Vermette: Oui.

M. Gratton: Oui. C'est une association nationale à but non lucratif.

Mme Vermette: Qui est formée de...

M. Gratton: De personnes qui s'intéressent à organiser les compétitions de la Coupe du monde.

Mme Vermette: Est-ce que c'est affilié à la Fédération du ski ou si c'est complètement indépendant? Est-ce que cela a quelque chose à voir avec ce qui existe actuellement en ce qui concerne...

M. Gratton: Cela me surprendrait. Il s'agit de ski acrobatique.

Mme Vermette: Oui, mais il y en a qui sont inscrits à l'intérieur parce qu'ils participent à des compétitions organisées par la Fédération du ski.

M. Gratton: Oui, on va vérifier, je n'en sais rien.

Mme Vermette: Il y a beaucoup d'associations, en fin de compte. Pourquoi les retrouve-t-on au ministère du Tourisme plutôt qu'au ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, qui donne de l'argent...

M. Gratton: Non...

Mme Vermette: Pourquoi n'y a-t-il pas de soumission?

M. Gratton: L'intérêt de la chose, pour nous, était "l'exposure" - passez-moi l'expression - que cela pouvait nous donner aux États-Unis et sur nos marchés traditionnels. Il s'agissait des championnats dans la série Coupe du monde de ski acrobatique qui a eu lieu en janvier, à Mont-Gabriel. Les droits de télévision de Radio-Canada, pour l'événement, avaient été vendus au Japon et à la chaîne ABC aux États-Unis. C'est là qu'on a retrouvé l'intérêt du ministère du Tourisme d'acheter de la publicité par le biais d'une participation financière à l'organisation de l'événement pour faire connaître le Québec comme destination de ski.

Mme Vermette: De toute manière, on est très bien cotés en ce qui concerne le ski acrobatique.

M. Gratton: Oui, en termes de performance, et ce qu'on voudrait, c'est d'être bien cotés en termes d'endroits où aller en faire, où aller en

voir faire. Dans mon cas, je préfère de loin les regarder faire que d'essayer d'en faire.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 23 étant vérifié, nous allons maintenant passer à l'engagement 24, qui est corrigé.

Mme Vermette: Oui, l'engagement...

Le Président (M. Charbonneau): Le ministère du Tourisme désire remettre à l'Association touristique régionale du Coeur-du-Québec un deuxième versement correspondant au volet programmation du programme Associations touristiques régionales.

Mme Vermette: Cela va, M. le Président, rien à signaler.

Le Président (M. Charbonneau): Étant donné que l'engagement 24 est accepté, l'engagement 25 est modifié un peu dans le même sens. Est-ce que cela va aller aussi?

Mme Vermette: Oui, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 25 est vérifié. L'engagement 26 devrait se lire comme suit: Le ministère du Tourisme désire remettre aux associations touristiques régionales suivantes un deuxième versement correspondant au volet programmation du programme Associations touristiques régionales.

Mme Vermette: La seule question que j'aimerais poser au ministre: Est-ce la dernière tranche pour ces organismes ou est-ce qu'il y en a d'autres à venir?

M. Gratton: C'est la deuxième, il y en a quatre. Il y a quatre versements, et c'est le deuxième.

Mme Vermette: Quatre versements. Cela arrive dans les délais prévus?

M. Gratton: Oui. Tous les trois mois, un rapport est soumis et le versement est fait par le ministère sur évaluation du rapport.

Mme Vermette: D'accord.

Janvier 1988

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. L'engagement 26 du mois de décembre 1987 étant vérifié, nous allons maintenant aux engagements du mois de janvier 1988. L'engagement 20.

Mme Vermette: Cela va, il n'y a rien à signaler là-dessus.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va? Alors, s'il n'y a pas de question, l'engagement 20 étant vérifié, l'engagement 21.

Mme Vermette: À l'engagement 21, il y aurait des questions à poser. À quel endroit se situe le Centre d'études du tourisme inc? Est-ce qu'il est affilié à une université en particulier?

M. Gratton: C'est à l'intérieur de l'Université du Québec à Montréal.

Mme Vermette: À l'UQAM. Est-ce que c'est régulier? Vous lui donnez cette somme chaque année?

M. Gratton: Au départ, le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche subventionnait l'organisme. Depuis deux ans, c'est le ministère du Tourisme qui assume cette charge. À ma connaissance, le montant de l'aide financière était antérieurement de 150 000 \$ et il a été réduit à 50 000 \$ par année, soit une réduction des deux tiers. L'engagement financier était pour permettre au ministère de verser une somme additionnelle de 75 000 \$.

Mme Vermette: Est-ce que cela veut dire que, dorénavant, vous vous portez garant du manque à gagner de cette association...

M. Gratton: Non, il n'y a pas d'engagement pour l'avenir.

Mme Vermette: Il n'y a aucun engagement pour l'avenir.

M. Gratton: Non.

Mme Vermette: Et quelle est la décision qui a fait que le ministère a retiré cette aide financière à cet organisme?

M. Gratton: Il s'agissait simplement d'être conséquents avec la décision de faire du Tourisme un ministère autonome. La seule raison pour laquelle c'était au MLCP avant, c'est que le Tourisme y avait été une division pendant un certain temps et, comme le centre d'études touche uniquement le tourisme, il n'y a vraiment plus de raison pour le MLCP d'être impliqué dans le financement.

Mme Vermette: Ce qui m'étonne un peu, c'est qu'antérieurement on parlait de l'importance de développer la promotion touristique et d'avoir un centre d'études qui favorise une meilleure connaissance du monde touristique. Quand les gens sont bien formés en ce qui concerne ce service-là, on a un meilleur rayonnement, à mon

avis, et une meilleure qualité, et vous hésitez à reconduire cette subvention. Alors, sur quoi cette hésitation se base-t-elle?

M. Gratton: Les raisons que vous évoquez sont celles qui nous ont amenés à aider le centre d'études et on n'exclut pas de continuer de le faire. Tout ce que j'ai dit tantôt, c'est que nous ne nous sommes pas engagés... C'est un peu comme le Carnaval de Québec avant cette année. On ne s'engageait jamais mais chaque année il y avait une demande et chaque année il y avait une réponse aussi. Alors, il y a peut-être lieu de regarder du côté du centre d'études pour voir si une planification sur plus d'un an ne serait pas souhaitable là aussi.

Mme Vermette: Est-ce qu'il serait possible d'envisager, avec le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Science, un quelconque... Ou est-ce que vous voulez vraiment garder cela?

M. Gratton: Le ministère de l'Éducation, par le biais de la subvention normale qu'il donne à l'UQAM, participe de façon indirecte, si on veut, au centre d'études. Il y a toujours aussi la possibilité qu'on puisse rendre une telle demande admissible à l'aide suivant l'entente fédérale-provinciale sur le développement touristique. Ce sont des possibilités qui vont sûrement être examinées et qui vont peut-être nous amener à prendre une décision différente lors de la prochaine demande.

Mme Vermette: En fait, il faudrait qu'à l'intérieur du ministère de l'Éducation il y ait un budget protégé en ce qui concerne cette enveloppe-là pour favoriser réellement cette activité, parce que cela se noie facilement dans un budget, des activités de ce genre.

M. Gratton: Non, il me semble que la façon la plus efficace de s'assurer de la bonne gestion des fonds publics, c'est de faire poser des gestes par ceux qui sont directement impliqués et je ne vois vraiment pas où le ministère de l'Éducation pourrait avoir un intérêt particulier pour le tourisme. Je préférerais que ce soit le ministère du Tourisme qui s'assure de la viabilité de l'aide financière.

Mme Vermette: Cela pourrait être aussi l'institut d'hôtellerie qui prenne... Non?

M. Gratton: Non plus.

Mme Vermette: Vous voulez vraiment maintenir l'orientation, ce qui va en fait ensemble, à savoir le développement, la promotion et la formation.

M. Gratton: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Est-ce que cela va pour cet engagement?

Mme Vermette: Oui, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Alors, nous allons maintenant passer à l'engagement 22.

Mme Vermette: Engagement 22. Bon, alors cela me semble... Cela ne fait pas beaucoup par subvention si on regarde...

M. Gratton: Non. On n'a pas beaucoup de budget non plus.

Mme Vermette: Cela va pour l'engagement 22.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 22 étant vérifié, j'appelle l'engagement 23.

Mme Vermette: En fait, cela fait partie, j'imagine... C'est la Société immobilière du Québec. C'est cela?

M. Gratton: C'est pour la location des divers édifices. Il y a l'institut du tourisme, qui est le premier en tête au point de vue de l'importance, et ce sont les postes d'accueil dans les régions frontalières, la location des bureaux du ministère, etc.

Mme Vermette: En fait, c'est tout ce que vous occupez comme espaces...

M. Gratton: Oui, c'est cela.

Mme Vermette: ...c'est chiffré là. Parfait! Rien à signaler, M. le Président.
(11 heures)

Le Président (M. Charbonneau): Cela va? L'engagement 24.

Mme Vermette: J'imagine que tout est conforme aux règles et règlements de la Société immobilière du Québec.

M. Gratton: Oui, ces travaux sont exécutés par la SIQ à la demande du ministère.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va? Alors, cela complète le mois de janvier 1988.

Février

J'appelle maintenant les engagements de février 1988, l'engagement 17.

Mme Vermette: Votre choix de fournisseur s'est arrêté sur Air Canada. Est-ce le seul qui peut donner ce cours à l'heure actuelle ou si d'autres compagnies d'aviation pourraient tout aussi bien faire office dans cette sphère-là?

M. Gratton: Dans mes notes, on m'explique ici que le système Réservec est celui adopté par les compagnies de transport, particulièrement pour l'est du Canada. L'industrie du voyage au Québec fonctionne sur le principe et le programme Réservec d'Air Canada. Donc, c'est effectivement le système d'Air Canada qui lui appartient et qui sert dans la plupart des cas. Air Canada est donc le seul à pouvoir fournir le cours qu'on achète.

Mme Vermette: Comment cela fonctionne-t-il, finalement? Est-ce une entente que vous négociez avec Air Canada?

M. Gratton: C'est un contrat de services qu'on a avec Air Canada. Quand je dis "on", dorénavant, on s'exclut parce que l'institut, évidemment, de par son...

Mme Vermette: Oui, qui est maintenant une corporation.

M. Gratton: Air Canada fournit les instructeurs, les locaux et l'équipement informatisé. L'institut lui-même ne dispose pas des équipements nécessaires.

Mme Vermette: C'est actuellement la seule compagnie qui dispose de tous les instruments nécessaires pour dispenser le cours de billetterie.

M. Gratton: Oui, c'est exact.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va, madame?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 17 étant vérifié, j'appelle l'engagement 18.

Mme Vermette: Dans ce renouvellement de contrats, est-ce que M. Iwabuchi est un Inuit?

M. Gratton: Non, c'est au Japon. C'est un Japonais.

Des voix: Ha, ha, ha!

Mme Vermette: Il y a une baisse de 6000 \$ ici, de ce qu'on voit, 158 127 \$. On renouvelle le contrat au même monsieur en juin et il y a une baisse. Qu'est-ce qui justifie qu'à cette époque-là on avait considéré que ce devrait être 158 000 \$ et, qu'en juin 1988 on décide que c'est rendu à 153 000 \$?

M. Gratton: C'est strictement attribuable... Il n'y a pas eu de diminution du contrat.

Mme Vermette: Comme telle?

M. Gratton: Ce sont uniquement des ajustements qu'il faut faire selon le moment de l'année où le paiement est fait.

Mme Vermette: Ce sont juste des écritures comptables et, tout compte fait, cela revient presque au même.

M. Gratton: C'est ça. Le contrat n'a pas été réduit comme tel. Au contraire, en fait, il a été augmenté.

Mme Vermette: Ah bon! Qu'est-ce qui justifie un tel salaire pour M. Iwabuchi? Est-ce le salaire moyen des conseillers en tourisme?

M. Gratton: On a une comparaison de ce qui se fait à Tokyo. Cette information nous provient de l'ambassade du Canada. Le salaire que M. Iwabuchi reçoit présentement est de 10 727 113 yens. Les informations qu'on a, c'est qu'on paie jusqu'à 11 000 650 yens pour ce genre de service à Tokyo.

Mme Vermette: C'est dire que vous l'avez indexé en fonction du coût de la vie là-bas, à Tokyo.

M. Gratton: Non, plus que cela. Dans son cas, il y a eu une reclassification en fonction des directives du Conseil du trésor. Cela a donné comme résultat une augmentation qui a été relativement importante en fonction de la reclassification du poste comme tel et non pas de la personne qui l'occupe.

Mme Vermette: Est-il toujours considéré comme conseiller en tourisme ou...

M. Gratton: Attaché touristique.

Mme Vermette: Attaché touristique. Est-ce qu'avec le salaire qu'il a - c'est un peu plus que l'ensemble des conseillers touristiques en général - cela donne des effets bénéfiques pour le Québec?

M. Gratton: Nul doute qu'on ne saurait ne pas être représenté à Tokyo quand on sait que le marché japonais est probablement celui qui est en plus forte expansion mondialement. Les efforts que nous consacrons au marché japonais se traduisent non seulement par la présence physique d'un attaché touristique, mais aussi par une entente qu'on a signée avec l'Ontario où on fait la promotion de la destination Canada-Ontario-Québec, qui porte le vocable de Maple Leaf Route, la route de l'érable. C'est en vertu d'une entente de trois ans qu'on a signée avec le gouvernement de l'Ontario très récemment. Sûrement que cela donne des résultats. Au moment où on se parle, il est encore un peu tôt pour l'évaluer en termes concrets. Mais il s'agit simplement de constater le nombre de res-

tissants japonais qu'on rencontre dans les rues de Québec, par exemple, au cours de l'été pour constater qu'il y a déjà des résultats probants.

Mme Vermette: Dans votre entente Ontario-Québec - on connaît la boulimie de Toronto, de l'Ontario par rapport aux activités touristiques et à d'autres niveaux - est-ce qu'on s'assure que la boulimie, qui a un grand estomac pour digérer beaucoup de choses, est-ce que vous êtes assuré que les Japonais ne passeront pas par l'Ontario en premier et par le Québec en deuxième, de sorte qu'on prendra ce qui reste?

M. Gratton: Cela ne nous inquiète absolument pas. D'ailleurs, les forfaits qui sont vendus incluent non seulement Toronto et Montréal, mais même à l'occasion New York et Québec. C'est un peu de la même façon qu'on est en train de terminer une entente avec l'État de New York. Nous le faisons conjointement avec l'Ontario. C'est encore plus vrai au Japon. Inutile de penser qu'on va attirer les Japonais pour venir uniquement à Montréal ou à Québec. Partir d'aussi loin aux frais que cela représente, il faut offrir un "package" qui fait découvrir tout au moins le Canada central et même l'Amérique du Nord dans certains cas.

C'est tout cela qui fait qu'on pense qu'il y a un effort nécessaire à faire là, qui est primordial, mais on est très réaliste, très pragmatique dans notre approche et on ne va pas, par exemple, faire des représentations directes du Québec seul. Ce ne serait pas efficace.

Mme Vermette: J'en conviens, M. le ministre, parce qu'en fin de compte, c'est un peu comme dans un centre commercial, il est populaire pour autant qu'il offre beaucoup de services et beaucoup d'attraits. Je n'en suis pas là, je regarde les routes aériennes. La destination, le point de chute de la majeure partie des lignes aériennes est Toronto et n'est plus Mirabel, et encore moins Dorval. Cela, par contre, nous enlève une très grande activité touristique, à mon avis, parce que les gens, une fois à leur point de chute, prennent plus de temps là et, finalement, s'il leur reste du temps, leur activité devient secondaire. C'est surtout cela qui m'inquiète parce que cela nous glisse entre les mains, cette activité touristique.

M. Gratton: Moi, je l'envisage en sens inverse. Plutôt que de me dire qu'il faudrait améliorer les liens aériens pour attirer les gens, par exemple, il me semble qu'il s'agit beaucoup plus d'attirer les gens, de faire en sorte qu'il y ait une demande avant d'essayer de façon artificielle d'y répondre. Ce qui nous guide dans notre action, c'est de poser des gestes incitatifs pour que la demande soit là, parce qu'il n'y aura aucun problème au moment où il y aura une demande pour des liens aériens directs sur

Québec ou sur Dorval. Des transporteurs, il y en aura toujours pour offrir le service si la demande est là. Mais il y a quelqu'un qui doit créer la demande. C'est inutile de penser que, parce qu'on inaugurerait demain un service aérien direct entre Québec et Los Angeles, le service va faire ses frais si ce n'est pas devancé par des efforts de promotion et de publicité préalables. Au ministère, c'est dans ce sens-là qu'on se dirige. C'est d'essayer de créer la demande plutôt que de fournir des réponses à une demande qui ne viendra peut-être jamais.

Mme Vermette: En fait, on pourrait se poser la question. C'est un peu au principe de la saucisse Hygrade que vous faites appel actuellement. Je pense qu'il faut commencer quelque part. C'est la poule ou l'oeuf, ou l'oeuf ou la poule, parce que, dans le fond, quand on regarde cela, c'est décourageant pour un Québécois ou pour une autre personne de dire: Les correspondances... Vous savez ce que c'est, quand on voyage, d'avoir à faire des correspondances et d'être obligé de reprendre ses bagages. On a toujours la peur ou la hantise de perdre des bagages, etc., de sorte que cela peut être un incitatif assez fort pour changer son itinéraire, par exemple.

M. Gratton: Oui, et on en est très conscient. Encore là, on se dit: Il faut que le désir, la demande soit là pour venir au Québec. À partir du moment où ce sera acquis, tout le reste va s'ensuivre. Si, par contre, on devait prendre l'autre côté et dire: On va fournir le service de façon expérimentale et, ensuite, penser à la demande, cela dure deux mois. Je vous donne un exemple qui n'est peut-être pas bon, mais Aérotaxi a inauguré un service aérien au mois de juillet entre Maniwaki, Gatineau, Hull, Saint-Hubert et Québec. À la fin du mois d'août, cela n'existait plus. Pourquoi? Parce qu'il n'y avait personne qui l'utilisait. Alors, cela ne nous servira à rien de convaincre City Express ou un autre de venir atterrir à Québec si on n'est pas en mesure de lui fournir certaines assurances que l'achalandage sera intéressant pour lui.

Mme Vermette: Mais vous ne croyez pas que, dans le temps, il faut une unité de coordination, que cela devrait se faire presque en même temps, si on veut avoir un impact?

M. Gratton: Idéalement, oui. Mais on est tellement loin, au Québec, à vraiment approcher et rejoindre le potentiel qu'on a en matière touristique que cela n'en est même pas drôle. On se fait des illusions depuis longtemps au Québec sur les capacités d'attraction, sur les capacités d'accueil de notre industrie touristique. Pendant qu'on se leurre, on laisse la concurrence prendre les devants. C'est dans ce sens-là que je pense qu'il va falloir cesser de penser que, si tout était idéal, les gens viendraient au Québec parce

que c'est Québec. Ce n'est pas vrai. Je souhaiterais que ce soit vrai et tout le monde le souhaiterait, mais ce n'est pas vrai. La concurrence est à ce point féroce que si on n'est pas à la fine pointe de tout ce qu'il y a d'utile en termes de promotion du tourisme, on va manquer le bateau, comme on le manque depuis de nombreuses années.

Mme Vermette: Sur ce, M. le Président, je vais assurer le ministre que je vais faire de mes mains et de mes pieds pour qu'il augmente son budget et qu'il puisse mettre de l'avant tout ce qu'on possède, les richesses du Québec, parce qu'à mon avis ce n'est pas se leurrer que de croire qu'on possède un éventail de possibilités quant au développement touristique. Tout est là. Il s'agit tout simplement d'en faire la promotion.

(11 h 15)

J'arrive de certains pays beaucoup plus petits que nous et beaucoup moins vieux que nous aussi. J'arrive d'Australie qui a 200 ans d'existence et, à mon avis, ce pays est très développé sur le plan touristique. Je pense qu'il y a certaines choses à regarder là. Ils y croient parce que c'est un capital important, c'est de l'argent qui entre énormément sur le plan touristique. Tout est fait en fonction du tourisme. Il y a vraiment une volonté et on sent très bien de la part des gouvernements là-bas à quel point c'est important. La seule façon, d'une part, c'est d'avoir des budgets convenables et, d'autre part, de croire à la promotion et au développement de ce qu'on a déjà. Ce n'est pas de développer des infrastructures qui nous dépassent, c'est tout simplement d'exploiter ce qu'on a déjà et de donner le goût d'utiliser ces installations aussi.

M. Gratton: Je suis content d'entendre le discours de Mme la députée de Marie-Victorin parce que cela rejoint exactement les objectifs. Elle a tout à fait raison de penser qu'on n'est pas assez conscient de l'importance de l'impact économique qu'une industrie touristique bien organisée pourrait avoir pour le Québec. Ce n'est pas seulement vrai pour le Québec, c'est vrai pour le Canada également. Le déficit, en termes de sommes d'argent que nous dépensons à l'extérieur par rapport à celles qui sont dépensées ici, nous inciterait comme seul facteur à tâcher de nous y intéresser un peu plus.

Cela dit, il ne faut pas non plus penser - et je suis sûr que ce n'est pas ce que suggère Mme la députée - que seuls les gouvernements peuvent avoir la solution. Il est illusoire d'espérer que les gouvernements puissent faire la promotion seuls, sans que l'entreprise, qui est la première bénéficiaire, y participe. Je ne dis pas cela pour minimiser l'importance des sommes qui doivent être consacrées par le secteur public à la promotion touristique. Je dis simplement qu'on peut faire beaucoup simplement en s'assurant qu'on dépense bien les sommes qu'on a déjà, et

cela, on ne l'a pas encore atteint. Dans le cadre des travaux qui ont été effectués au ministère, au cours de la dernière année, on a demandé de préparer un plan de marketing pour les trois prochaines années, un plan de marketing qu'on n'avait pas depuis la fin de 1987 et qui devrait nous indiquer où mettre les efforts, tant sur le plan de la promotion que sur le plan du développement du produit touristique. Déjà, on est en mesure d'affirmer que, même avec plus d'argent dépensé en promotion, cela ne donnera pas nécessairement de meilleurs résultats si on ne fait pas d'abord une meilleure coordination de nos efforts à l'interne. Par exemple, les chaînes hôtelières dépensent énormément d'argent en promotion sur les mêmes marchés que le ministère du Tourisme et, très souvent, l'intervention n'est aucunement coordonnée. On ne se sert pas, par exemple, du facteur répétition pour augmenter la notoriété du Québec comme destination. C'est ce genre d'organisation interne qu'on doit faire bien avant de penser à dépenser plus d'argent. Dépenser plus d'argent, mais de façon inefficace, ne nous donnera pas les résultats escomptés.

Alors, on s'est d'abord consacré à cela. On pense qu'avec le plan de marketing on sera en mesure de prendre certaines décisions très pointues qui nous amèneront à nous assurer que les sommes d'argent qu'on dépensera en promotion seront les plus efficacement dépensées. À ce moment-là, on aura peut-être plus de chance de convaincre les gouvernements d'y consacrer des ressources accrues.

Mme Vermette: Vous incluez-vous dans les gouvernements?

M. Gratton: Pardon?

Mme Vermette: Vous avez dit: On aura plus de chance d'influencer les gouvernements. Est-ce que vous vous incluez dans les gouvernements?

M. Gratton: Oui, oui.

Mme Vermette: Ha, ha, ha!

M. Gratton: Oui, absolument. L'an dernier, j'ai réussi à obtenir 5 000 000 \$ additionnels pour la promotion du tourisme par rapport à l'année précédente. Ce que je dis, c'est que, comme membre du gouvernement, la décision appartient au gouvernement et non pas au ministre du Tourisme que je suis. Je sais que, pour avoir accès à des ressources accrues, il faut faire la preuve que les sommes qui y seront consacrées seront dépensées efficacement. Il me semble que, sans plan de marketing, il serait difficile de faire cette preuve-là de façon satisfaisante.

Mme Vermette: À partir de votre plan de marketing ou compte tenu des conclusions de

votre plan de marketing, avez-vous l'intention de mettre en place un comité de concertation avec l'entreprise privée pour atteindre vos objectifs en ce qui concerne le développement touristique?

M. Gratton: Cela existe déjà en ce qui a trait aux associations touristiques régionales qui, on le sait, regroupent tout ce qu'il y a d'intervenants, incluant l'entreprise privée. Le plan de marketing dont on parle a été préparé en consultation non seulement avec les associations touristiques, mais avec les associations sectorielles et les représentants des principaux intervenants dans le domaine touristique. C'est sûr que le plan de marketing n'est pas un ramassis des souhaits de tout le monde pour essayer de plaire à tout le monde. On a pris la peine d'aller chercher toute l'information de tous les intervenants, mais on prendra les décisions à partir des travaux qui auront été effectués et des recommandations qui nous seront faites. Le gouvernement devra arbitrer ces demandes et en arriver à des décisions qui nous amèneront à être les plus pointus possible. Un comité de coordination... Il existe des comités sectoriels, par exemple, avec l'Association des hôteliers, auxquels les fonctionnaires du ministère et même les membres du cabinet politique assistent régulièrement. On a aboli, il y a un an et demi, le Conseil consultatif sur le tourisme et on ne croit pas qu'il y ait des raisons valables de le créer de nouveau.

Mme Vermette: Je me souviens qu'à un moment donné, M. le ministre, où j'ai eu l'occasion d'avoir la responsabilité de défendre, pour l'Opposition, le dossier du loisir et, à l'époque, je me souviens très bien du massif de Petite-Rivière-Saint-François où tout était en place. D'une minute à l'autre, tout devait être développé et, pour les infrastructures, il y avait de grands consortiums qui étaient prêts à investir des sommes d'argent assez importantes, notamment de France. Je ne me souviens plus trop, il y avait Lavalin, etc. Encore aujourd'hui, il n'y a rien de fait, alors que tout était décidé, tout était mis en plan et que même la population était prête à recevoir ces infrastructures. Dans ce sens, c'est peut-être important de créer certains comités non pas de coordination mais de concertation avec les principaux intervenants du milieu et surtout les décideurs économiques. Donc, vous vous ralliez énormément à leur cause. Je me dis: Pourquoi ne pas travailler avec eux dans ce sens-là?

M. Gratton: Je répète que cela existe déjà au niveau régional avec les associations touristiques qui regroupent l'ensemble des intervenants tant du secteur privé que du secteur public dans chacune des 18 régions du Québec et cela existe au niveau provincial par le biais des associations sectorielles, l'Association des hôteliers, l'Association des restaurateurs, l'Association des agences

de voyage, avec qui nous entretenons des communications constantes. C'est évident qu'on pourrait ajouter un autre palier, un autre comité, mais, au fond, quand on parle de l'hôtellerie, très souvent, cela n'intéresse pas beaucoup les gens de camping, et vice versa. Alors, il nous semble que les consultations sont plus efficaces quand elles sont faites sectoriellement, alors que, sur des sujets d'importance plus générale, les associations touristiques régionales sont déjà là. Non seulement les associations touristiques... Il faut savoir qu'en plus des 18 associations touristiques qui existent, il y a un regroupement des associations touristiques régionales ATR, qui est également subventionné par le ministère du Tourisme. Donc, chaque année, l'ATRAQ, organise, avec une représentation de chacune des ATR, des réunions conjointes avec le ministère. Il y a même des comités permanents - il y en a un sur la pourvoirie, en marketing, sur la motoneige - qui siègent de façon constante. La consultation dans le domaine du tourisme existe. Si on ne fait pas un sommet chaque année, c'est simplement qu'il nous semble plus efficace de procéder comme on le fait plutôt que par grands déploiements où finalement les résultats concrets ne sont pas toujours proportionnels aux efforts consacrés.

Mme Vermette: Je sais fort bien que, lorsqu'il y a de l'argent qui est en cause, l'entreprise privée est toujours intéressée. Je considère que, dans le domaine touristique, il y a de l'argent à faire s'il est bien développé, et je suis convaincue que l'entreprise privée est très intéressée par le développement touristique. Il s'agit d'une volonté politique de donner l'aval à cet aspect de notre économie.

M. Gratton: Oui, je suis d'accord avec Mme la députée que la volonté politique n'a pas toujours été aussi évidente qu'elle aurait dû l'être et je considère que c'est mon travail comme ministre du Tourisme de tâcher d'améliorer les choses. C'est déjà commencé. Je pense que mes prédécesseurs au ministère du Tourisme... Une bonne décision à laquelle je souscris, même si elle a été prise par l'ancien gouvernement, a justement été de créer le ministère du Tourisme comme entité autonome. On est seulement deux provinces au Canada à avoir un ministère du Tourisme autonome: l'Alberta et nous. Partout ailleurs, incluant le gouvernement fédéral, le tourisme est une section d'un ministère plus vaste qui, évidemment, reçoit une attention relativement moins importante à cause de cela. Donc, cela a été une bonne décision. Il s'agit de continuer à bâtir là-dessus, ce qui est très bien engagé selon moi.

Mme Vermette: En ce qui concerne...

Le Président (M. Charbonneau): Cela va, Mme la députée? Alors, cet engagement étant

vérifié, nous allons passer maintenant à l'engagement 19.

M. Théorêt: J'aurais une question, M. le Président.

Le Président (M. Charbonneau): Oui, c'est vrai, je m'excuse.

M. Théorêt: Si vous ne voulez pas que je la pose, ce n'est pas plus grave.

Le Président (M. Charbonneau): Je m'excuse, M. le député de Vimont.

M. Théorêt: M. le ministre, on a 18 ATR au Québec que vous subventionnez et qui coûtent énormément d'argent au gouvernement. Est-ce qu'on a eu un suivi ou des rapports concernant le travail de ces ATR, à savoir leur concertation avec le secteur privé et les secteurs individuels de chaque région, que chaque ATR vise, ne serait-ce que le tourisme familial, le tourisme d'affaires ou quoi que ce soit, ou si l'ATR a vraiment toute l'autonomie pour se diriger dans différents secteurs, que ce soit approprié ou non, que ce soit reconnu et approuvé ou non par le milieu de cette région? Est-ce que, au ministère, on a un suivi ou des rapports de ces ATR?

M. Gratton: Le financement des ATR est en quelque sorte un système automatique de vérification, puisque l'aide financière apportée par le ministère est souvent proportionnelle à l'effort du milieu. Par exemple, dans le cas du recrutement, l'aide financière du ministère est proportionnelle au montant des cotisations perçues auprès des membres de l'association touristique. Donc, une association touristique qui fait un meilleur travail de recrutement auprès des intervenants obtient une aide financière additionnelle du ministère par rapport à une autre. C'est la même chose au niveau des programmes de promotion coopérative, de publicité coopérative où le ministère va défrayer 50 % des efforts faits à l'extérieur du Québec, 33 1/3 % à l'intérieur du Québec, mais les deux autres tiers ou l'autre 50 %, évidemment, sont fournis par l'entreprise privée sous l'impulsion des associations touristiques.

Donc, dans le système de financement, il y a déjà une espèce de contrôle des efforts. Évidemment, les résultats varient selon les régions. Il y a des associations touristiques qui sont plus efficaces et mieux organisées que d'autres. Il y a également la nature de la région. C'est sûr que l'Association touristique des Îles-de-la-Madeleine, par exemple, a une problématique bien différente de l'Office des congrès du grand Montréal et donc des préoccupations qui n'ont presque rien en commun. C'est ce qui fait que, finalement, la performance est plutôt inégale entre certaines associations touristiques, mais, de façon générale, elle est très bonne. Pour le peu

de temps pendant lequel on a rodé les associations touristiques, surtout avec le nouveau programme de financement, il nous semble que les résultats, de façon générale, sont très intéressants et très positifs.

M. Théorêt: En fait, ce que vous dites, c'est que les critères que vous établissez pour avoir accès à des montants de votre ministère vous permettent de vérifier s'ils vont dans la bonne direction ou non, ou s'il y a des résultats ou non.
(11 h 30)

M. Gratton Oui. Évidemment, c'est proportionnel aux efforts. Si les efforts sont mal placés ou ne donnent pas les résultats escomptés, on n'a pas à juger de la pertinence des gestes posés par les associations touristiques. Elles ont quand même un très haut degré d'autonomie. Mais le fait demeure qu'avant d'obtenir certaines sommes du ministère elles doivent faire la preuve qu'elles-mêmes y ont mis un effort proportionnel en termes de ressources, en termes d'efforts. Ce n'est pas à partir des résultats, parce que ce serait, évidemment, impossible à contrôler.

Le Président (M. Charbonneau): Merci.

M. Gratton: Merci, M. le Président.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. On passe maintenant à l'engagement 19. Comme je l'indiquais, c'est une nouvelle formulation, mais qui ne change rien, c'est le même montant d'argent. Est-ce qu'il y a des questions?

Mme Vermette: Non, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 20?

Mme Vermette: Engagement 20, cela va, M. le Président.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: De 20 à 22, en fait.

Le Président (M. Charbonneau): De 20 à 22?

Mme Vermette: Cela va, ce sont des tranches de contribution.

Le Président (M. Charbonneau): S'il n'y a pas de questions sur les engagements du mois de février, nous allons les considérer comme vérifiés et nous allons passer aux engagements du mois de mars 1988. Engagement 21 du mois de mars?

Mars

Mme Vermette: À l'engagement 21, cela va, il n'y a rien de spécial.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 22?

Mme Vermette: En fait, c'est quel genre de cartes? "Accès à la ville", ce sont des dépliants, des guides touristiques?

M. Gratton: Il s'agit d'une carte routière spécifique à la région de Montréal, qui donne surtout les grandes entrées, en supposant qu'il en reste encore.

Mme Vermette: C'est donné à quel endroit? Est-ce que c'est dans les hôtels?

M. Gratton: Dans les kiosques d'information touristique, oui.

Mme Vermette: Seulement dans les kiosques touristiques du Québec ou si c'est dans différents endroits de la ville de Montréal?

M. Gratton: Les Maisons du tourisme, les kiosques touristiques du ministère et, dans certains cas, sur demande de gens qui voudraient précisément ce genre d'information.

Mme Vermette: Quels seraient précisément les gens qui pourraient faire cette demande?

M. Gratton: Par exemple, à nos numéros de téléphone 1-800, des gens vont dire: On veut aller à Montréal, quelles informations pouvez-vous nous envoyer? Évidemment, on inclurait la carte pour les routes d'accès à Montréal.

Mme Vermette: 1-800, c'est donc très local, à ce moment-là?

M. Gratton: Non, 1-800, c'est le ministère, c'est le service d'accueil du ministère qui répond aux demandes d'information partout dans la province et même à l'extérieur de la province.

Mme Vermette: Ce n'est pas fourni dans les chambres d'hôtel et tout cela?

M. Gratton: Non, parce qu'à ce moment-là ce seraient des volumes très considérables et très peu utilisés.

Mme Vermette: Non, mais les cartes en général. Il y a toujours les cartes routières ou les cartes de la ville, qui sont sous la responsabilité de la ville, à ce moment-là.

M. Gratton: Oui, des offices locaux de promotion touristique peuvent prendre cette initiative, mais il n'appartient pas au ministère du Tourisme d'en prendre pour eux.

Mme Vermette: Ce genre de carte, est-ce que c'est une pratique courante ou si vous avez arrêté votre choix sur la ville de Montréal?

M. Gratton: Elle existe seulement pour la région de Montréal, les problèmes d'accès routier n'étant pas du même genre partout. Notamment, dans l'Outaouais, on aurait de la difficulté à avoir une carte qui montre l'accès, il faudrait passer par l'Ontario.

Mme Vermette: Est-ce que c'était la première fois qu'on faisait ce genre de carte?

M. Gratton: Non, c'est annuel.

Mme Vermette: C'est annuel?

M. Gratton: C'est-à-dire que cela fait déjà quelques années qu'on offre cette publication, cette information.

Mme Vermette: Cela va. C'est destiné au grand public, finalement, au public en général, autant local que touristique.

M. Gratton: Oui, tout en la maintenant plus facilement accessible à ceux qu'on peut identifier comme des gens qui veulent aller à Montréal plutôt qu'ailleurs. En d'autres termes...

Mme Vermette: Il y a plusieurs raisons pour lesquelles on peut vouloir aller à Montréal, ce n'est pas nécessairement comme touristes. On peut aller à Montréal parce qu'on veut aller se faire soigner, qu'on veut aller magasiner, ce n'est pas nécessairement pour faire du développement touristique, non plus.

M. Gratton: Nous, on les achète pour cela. Il y a peut-être d'autres ministères ou d'autres personnes qui pourraient être intéressés à les acheter pour d'autres fins, mais nous, on les achète pour les touristes, évidemment.

Mme Vermette: Cela va. Et c'est gratuit, évidemment.

M. Gratton: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Nous allons maintenant passer à l'engagement suivant qui est l'engagement 23.

Mme Vermette: C'est de l'italien, c'est du latin? Qu'est-ce que c'est?

M. Gratton: C'est de l'allemand.

Mme Vermette: De l'allemand, ah bon!

M. Gratton: C'est pour le marché allemand, d'ailleurs.

Mme Vermette: Je vais être obligée de prendre des cours de langues.

M. Gratton: C'est la brochure qu'on utilise pour la promotion touristique en Allemagne. On en a de semblables en japonais, en anglais, en français et en allemand.

Mme Vermette: Est-ce que vous avez la proportion, par différents pays, des gens qui viennent ici au Québec?

M. Gratton: Oui, on pourrait fournir à Mme la députée les dernières données, au service des statistiques du ministère. M. Patrick Cluzeau se fera un plaisir de vous communiquer les dernières informations à ce sujet-là. On a un recueil mensuel qui indique le plus exactement possible la provenance des visiteurs - comment l'appelle-t-on? - "Le baromètre touristique" qui sera - et j'espère qu'on en prend note - expédié à Mme la députée de façon courante.

Mme Vermette: Est-ce que la majorité de ces touristes-là utilisent les chambres d'hôtel? Est-ce que ce sont vraiment des utilisateurs?

M. Gratton: Évidemment, on a ces proportions-là aussi. Cela varie selon le lieu d'origine des visiteurs. Par exemple, de façon générale, les Canadiens d'autres provinces vont habiter moins souvent à l'hôtel que les Américains. Les Français vont habiter moins souvent à l'hôtel que les Allemands. On est en mesure d'identifier cela.

Mme Vermette: Et l'utilisation des chambres d'hôtel par les gens du Québec représente combien par rapport au tourisme étranger?

M. Gratton: Comme statistique générale, on dit que les deux tiers des chambres d'hôtel du Québec sont occupées par des gens qui viennent de l'extérieur du Québec.

Mme Vermette: De l'extérieur du Québec?

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Et le tiers, ce serait, finalement, des gens du Québec, évidemment.

M. Gratton: Des Québécois qui voyagent par plaisir, pour affaires ou pour d'autres raisons.

Mme Vermette: Est-ce que vous avez mesuré l'impact que la taxe d'achalandage pourrait avoir? Est-ce que cela pourrait avoir un impact touristique ou diminuer l'achalandage vu que les frais d'hôtellerie sont toujours considérés

comme importants?

M. Gratton: Ceux qui sont favorables à cette taxe d'achalandage pointent ces deux tiers pour dire que ce serait, finalement, une taxe qui serait payée, au moins aux deux tiers, par des gens de l'extérieur. En plus, même dans le tiers des Québécois qui occupent les chambres d'hôtel, très souvent, il s'agit d'un tourisme d'affaires où l'individu, comme tel, n'est pas responsable du paiement des tarifs, mais c'est une entreprise qui, de toute façon, l'inclut dans ses dépenses déductibles d'impôt. Cela étant dit, ce n'est pas évident, au moment où on se parle, que toutes les études voulues ont été faites pour en arriver à conclure qu'une taxe d'achalandage n'aurait pas un effet négatif. Mais on pense qu'elle aurait un effet beaucoup moins négatif qu'une taxe de vente générale à 10 %, comme elle existait dans le passé.

Je ne sais pas si Mme la députée veut faire déborder le débat sur la question de la taxe d'achalandage. Je n'ai pas d'objection. Mais suivant les indications qu'on a à ce moment-ci, on constate qu'on ne consacre pas suffisamment de ressources financières à la promotion touristique. On constate aussi que les gouvernements n'ont pas les ressources financières requises pour en assumer seuls la responsabilité. Alors, nous recherchons d'autres façons de financer la promotion touristique que simplement demander aux gouvernements de fournir des ressources qu'ils n'ont pas.

Mme Vermette: Il y a eu des études là-dessus, j'imagine. Vous avez dit que les études n'étaient pas suffisamment avancées. Est-ce que vous allez regarder d'autres pistes, d'autres possibilités d'autofinancement de la promotion?

M. Gratton: On n'en exclut aucune. Chose certaine, si le comité de planification stratégique de Montréal a retenu cette suggestion, c'est probablement parce que c'est ce qui se fait un peu partout dans les destinations de nos concurrents - Toronto ou Vancouver. Il existe, si ce n'est pas des taxes d'achalandage, des taxes sur les chambres d'hôtel, qui permettent à certaines personnes de conclure qu'il n'y a pas d'augmentation et qu'il n'y aurait pas de désavantages relatifs de l'imposer au Québec.

Il existe probablement d'autres méthodes de lever les fonds nécessaires à la promotion touristique. On invite les gens qui ne sont pas satisfaits de cette suggestion qui a été faite pour une taxe d'achalandage, sur les chambres d'hôtel à nous indiquer quels pourraient être ces autres moyens.

Mme Vermette: J'ai presque ma réponse, mais je vais, quand même, vous poser la question. Vous savez, en tant qu'étranger quand on sort d'un pays, on paie toujours des taxes au gouvernement. Est-ce qu'on a des redevances sur

ces taxes-là, je ne sais pas, au prorata de la population des provinces?

M. Gratton: Est-ce que vous parlez d'une taxe d'entrée?

Mme Vermette: Oui, c'est ça, les taxes d'entrée.

M. Gratton: Non. À part les taxes sur les aéroports, dans le cas du libre-échange, il ne serait pas possible d'avoir une taxe d'entrée au Canada.

Mme Vermette: Donc, on n'a jamais perçu quoi que ce soit là-dessus. Rien n'a jamais été redistribué aux provinces en ce qui concerne...

M. Gratton: Non, non.

Mme Vermette: Cela reste exclusivement à l'intérieur de...

M. Gratton: À ma connaissance, on n'utilise nulle part une taxe d'entrée pour faire de la promotion touristique.

Mme Vermette: Je vous posais, tout simplement, la question par curiosité pour essayer peut-être de vous aider à trouver d'autres moyens ou d'autres choses à faire, au niveau fédéral, qui nous permettraient de développer notre tourisme sans être trop pénalisés, non plus, en même temps.

Cela va en ce qui concerne les cartes sur lesquelles nous étions, aux engagements 22 et 23.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. L'engagement 24?

Mme Vermette: Oui, l'engagement 24. Où étaient distribués ces exemplaires de "Québec Vacation Guide 1988"? Était-ce, justement, dans les centres - comment appelle-t-on ça? - les ATR?

M. Gratton: Oui, c'est distribué, évidemment, dans tous les postes frontières, dans toutes les Maisons du Québec à l'étranger, dans les Maisons touristiques et dans les kiosques d'information. C'est la principale publication qu'on fait parvenir à ceux qui font des demandes par téléphone ou par écrit pour une information additionnelle sur le Québec, en réponse à de la publicité qu'on peut acheter dans les médias sur nos marchés.

Mme Vermette: Combien resté-t-il de Maisons du Québec, finalement? Il y en a quelques-unes qui ont disparu.

M. Gratton: Des délégations à l'étranger?

Mme Vermette: Oui, et tout ça.

M. Gratton: Là où le ministère du Tourisme est présent?

Mme Vermette: Est-ce qu'il en reste suffisamment pour faire de la promotion touristique?

M. Gratton: Chicago, New York et Boston, dans le cas des États-Unis. Toronto, Paris, Londres et Dusseldorf en Allemagne.

Une voix: Tokyo.

M. Gratton: Tokyo.

Mme Vermette: Tokyo, j'imagine.

M. Gratton: Il y en a d'autres où le ministère du Tourisme n'est pas présent, comme à Los Angeles.

Mme Vermette: Cela veut dire qu'il reste beaucoup de trous...

M. Gratton: Pardon?

Mme Vermette: ...pour développer la promotion. Il reste Los Angeles qui est une plaque tournante importante, si on veut aller vers les Des du Pacifique ou à certains autres endroits par où on peut passer pour aller au Japon.

M. Gratton: C'est, d'ailleurs, pourquoi on ne consacre pas beaucoup d'efforts à Los Angeles. À partir de Los Angeles, on peut aller à tellement d'endroits plus rapprochés et moins coûteux que le Québec qu'il ne nous apparaît pas pertinent de consacrer des efforts là, alors qu'on n'a pas encore exploité convenablement les marchés de New York, tout aussi peuplé, beaucoup plus près et donc accessibles.

Mme Vermette: Est-ce que le touriste japonais ou chinois ne passe pas par ce coin-là pour venir?

M. Gratton: Pas nécessairement. Il peut passer par Vancouver.

Mme Vermette: Par Vancouver aussi. Donc, la porte d'entrée est Vancouver.
(11 h 45)

M. Gratton: Le trafic de l'Asie vient tout le long de la côte, qu'il s'agisse de Los Angeles, Seattle, Vancouver; donc, il n'y a de concentration particulière nulle part.

Mme Vermette: C'est là que se décide, par exemple, le choix si tu vas directement à Dorval ou si tu passes par Toronto. C'est là que se font les correspondances.

M. Gratton: Quand on part d'Asie pour venir en Amérique, on a déjà décidé où on va.

Ce n'est pas une fois rendu à Los Angeles qu'on décide d'aller vers le nord ou vers l'est. Ce sont des voyages qui sont vendus comme "package". Ils doivent être plutôt rares, ceux qui font du "touring" à partir de l'Asie en Amérique du Nord.

Mme Vermette: Donc votre effort se concentre davantage en Asie comme telle directement.

M. Gratton: Par exemple, sur le marché canadien, on pourrait déployer des efforts égaux dans toutes les provinces, sauf qu'on sait bien que là où la population est la plus dense, là où l'accès est le plus facile, là où les raisons de venir au Québec sont peut-être plus évidentes, c'est en Ontario. On consacre, évidemment, beaucoup plus d'efforts du côté de l'Ontario qu'au Nouveau-Brunswick qui est, pourtant, la province voisine de l'autre côté. La même chose avec les États-Unis. Le gros des efforts de promotion est fait dans les États de la Nouvelle-Angleterre et on va accentuer davantage au cours des prochaines années - c'est déjà commencé, d'ailleurs - du côté de l'État de New York, du New Jersey, de la Pennsylvanie, là où le Québec est, à toutes fins utiles, très mal connu. Il nous semble qu'il y a là un bassin de clientèles suffisamment important pour qu'on y concentre tous nos efforts; ils vont rapporter des dividendes et des résultats beaucoup plus rapidement que si l'on consacrait une partie de ces efforts à Los Angeles ou en Floride, par exemple.

C'est la même chose en Europe. On pourrait faire la promotion partout en Europe, mais on sait qu'on a des succès particulièrement intéressants en France d'abord. Donc, on y consacre plus d'efforts et de ressources. Du côté de l'Allemagne et de la Grande-Bretagne, c'est surtout de l'entente avec l'Ontario, dont je parlais tantôt, et qui s'applique pour le Japon, qui nous permet de faire peut-être plus avec moins d'argent.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. On parce maintenant à l'engagement 25.

Mme Vermette: Toujours à l'engagement 24, M. le Président, en fait, il y a une dernière question. Pourquoi a-t-on rejeté la soumission de l'Imprimerie Canadienne Gazette?

M. Gratton: L'Imprimerie Canadienne Gazette. C'est qu'il n'y avait pas de chèque certifié avec cette soumission, tel qu'exigé.

Mme Vermette: Est-ce que c'était uniquement parce que déjà il y a une différence dans ces montants qui est, tout de même, appréciable ou est-ce que vous avez fait les recherches

nécessaires concernant la solvabilité de la compagnie?

M. Gratton: L'appel d'offres spécifiait que cela prenait un chèque certifié, probablement de 10 % du montant de la soumission et le chèque de garantie qui avait été inclus n'était pas certifié. Donc, à la face même de la soumission, cela n'était pas conforme au cahier des charges. Le Service des achats, à ce moment-là, ne fait pas d'exception. C'est une décision automatique.

Mme Vermette: C'était irrévocable, en fait. Vous n'êtes pas allés plus loin que cela. C'était tel qu'exigé dans le cahier des charges. Vous n'avez pas essayé de contacter qui que ce soit.

M. Gratton: Il ne m'appartient pas de juger du comportement du Service des achats. Vous imaginez un peu s'il fallait que le Service des achats commence à faire des interprétations, on pourrait en prendre combien de ces décisions? Dans ces cas, à ma connaissance, il n'est pas question de faire d'autres recherches pour tenter d'arriver à des solutions autres que celle de constater que la soumission est conforme au cahier des charges ou ne l'est pas. Si elle l'est, c'est la plus basse. Si elle ne l'est pas, comme on dit en anglais: "Better luck next time".

Mme Vermette: Même si c'est pour faire faire une économie de 30 000 \$ au gouvernement.

M. Gratton: Si on s'inspirait des économies pour le gouvernement, on pourrait alors instituer toutes sortes de beaux mécanismes qui, finalement, feraient que le système d'achat du gouvernement n'aurait plus de valeur, parce que c'est sûr qu'au lendemain de la soumission le deuxième va toujours venir dire: Je serais prêt à le faire pour 100 \$ de moins que le premier. Cela constitue une économie et, pourtant, on n'accepterait pas de le donner au deuxième.

Mme Vermette: Bon, cela va. Mais, parfois, 11 me semble qu'on pourrait voir s'il n'y aurait pas eu une erreur ou un oubli.

M. Gratton: Dans l'entreprise privée, on peut faire cela. C'est le genre de discrétion qu'on peut se permettre. Quand il s'agit des deniers publics, il ne faut surtout pas se laisser tenter par ce genre de chose.

Mme Vermette: Le gouvernement est plus généreux, quoi!

M. Gratton: Non, c'est une question d'équité...

Mme Vermette: ...administrative, tout simplement. Je pensais qu'il ne manquait pas de fonctionnaires à la fonction publique!

M. Gratton: Je pense que la députée sait de quoi on parle.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va? Engagement 25?

Mme Vermette: Engagement 25.

M. Gratton: L'engagement 25 concerne les 30 000 \$ dont on a parlé tantôt dans le cadre de l'entente fédérale-provinciale pour la venue des célébrités.

Mme Vermette: Oui.

M. Gratton: Dans le cadre du Carnaval de Québec, nous avons fourni 30 000 \$ et le gouvernement fédéral, 30 000 \$, spécifiquement pour la tournée des célébrités.

Mme Vermette: D'accord, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va pour l'engagement 25?

Mme Vermette: Oui, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 26?

Mme Vermette: L'engagement 26, cela va. C'est ce qu'on avait discuté, de toute façon, tantôt.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 27?

M. Gratton: En passant, j'arrive du Saguenay-Lac-Saint-Jean, la semaine dernière, et ce que j'ai pu constater, c'est que les fêtes du 150e anniversaire de la région ont donné des résultats très probants en termes de visites effectuées non seulement par des Québécois, mais - j'en ai été surpris - par un très grand nombre d'Européens. Il semble que la saison touristique au Saguenay-Lac-Saint-Jean ait été particulièrement intéressante cet été.

Mme Vermette: C'est peut-être toujours le même principe: plus on en parle, plus on en veut.

M. Gratton: Oui, sûrement. D'ailleurs, l'organisation des fêtes avait permis de consacrer des sommes additionnelles. L'engagement dont on parle est de 50 000 \$. C'était dans le cadre d'un événement spécial, soit les fêtes du 150e anniversaire. Je suis sûr que l'ATR accepterait volontiers que le ministère du Tourisme lui consacre une autre somme de 50 000 \$ l'an prochain. Mais il faut savoir que c'est ponctuel, c'est spécifique, ad hoc et elle ne sera pas nécessairement renouvelable l'an prochain.

Mme Vermette: Cela veut dire, M. le

ministre - vous venez d'en faire la preuve - qu'en Europe, si on y mettait un peu de bonne volonté, on pourrait développer un bon marché touristique pour le Québec, si on faisait connaître notre différence.

M. Gratton: Absolument, et les 50 000 \$ dont on parle ici ne représentaient qu'une partie des sommes que les gens de Saguenay-Lac-Saint-Jean ont eux-mêmes décidé d'investir dans l'information sur leur région. Eux-mêmes ont décidé de l'investir en Europe et cela donne des résultats probants. Mais la décision leur appartenait et non pas au ministère. Le ministère n'aurait pas pu leur imposer cela comme condition.

Mme Vermette: C'est une bonne source d'inspiration pour le ministère.

M. Gratton: Cela, on le sait depuis longtemps.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va, Mme la députée?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 27?

Mme Vermette: Cela va pour l'engagement 27, M. le Président.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 28?

Mme Vermette: "La mise en valeur du domaine Matamajaw." Je ne sais pas trop comment on le prononce.

M. Gratton: Matamajaw.

Mme Vermette: Qu'est-ce que c'est que ce domaine-là?

M. Gratton: C'est un projet dans la Gaspésie qui a été retenu dans le plan de développement touristique de la Gaspésie. La subvention a, d'abord, été accordée compte tenu de la localisation du projet - c'est un site qui a été bien intégré au site de pêche et au village de Causapscal - aussi en fonction de son statut patrimonial reconnu - il y a des bâtiments classés monuments historiques dans ce secteur - et de son intégration physique au circuit touristique. Il s'agit d'un élément attractif parfaitement intégré à l'histoire et à l'économie locale, la pêche au saumon étant l'une des sources importantes de revenus pour les habitants. Il y a une clientèle potentielle de plus de 200 000 touristes qui passent déjà annuellement devant le centre par

le tour de la Gaspésie. Les lieux sont d'une qualité visuelle très particulière.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 29?

Mme Vermette: Il n'y a rien de spécial pour 29 et 30, M. le Président; il n'y a rien à signaler.

Le Président (M. Charbonneau): Très bien. Cela termine les engagements financiers du mois de mars 1988. Maintenant, le mois d'avril 1988.

Avril

Mme Vermette: Avril 1988.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 45?

Mme Vermette: De quel genre de services pour la fourniture de personnel s'agit-il dans ce contrat?

M. Gratton: Ce sont des services de soutien en cuisine, de service aux tables à l'occasion de réceptions et de banquets qui sont tenus à l'institut. L'association des étudiants fournit ces services moyennant un contrat de services dont on parle ici.

Mme Vermette: Il n'y a pas d'appels d'offres dans ce genre de contrats?

M. Gratton: Non, non.

Mme Vermette: Jamais.

M. Gratton: Non, c'est l'hôtel de l'institut et ses salles de réception.

Mme Vermette: D'accord.

M. Gratton: Ce sont les étudiants qui reçoivent un salaire évidemment pour les services qu'ils peuvent rendre comme serveurs de tables, etc., et qui sont rémunérés au taux que l'association des étudiants négocie avec l'institut.

Mme Vermette: Est-ce que c'est l'institut d'hôtellerie - en fait, qui est maintenant une corporation - qui gère les 275 000 \$ et qui voit aussi à l'embauche des jeunes qui travaillent aux tables?

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Y a-t-il une association d'étudiants qui participe à l'administration et aussi à la gestion, finalement?

M. Gratton: Oui. Au conseil d'administration, il y a un représentant qui est spécifiquement désigné par l'association des étudiants.

Mme Vermette: Ce n'est pas l'association des étudiants, c'est la corporation de l'hôtellerie qui administre ce budget-là?

M. Gratton: L'institut donne un contrat à l'association générale des étudiants et, en vertu de ce contrat, l'association fournit les services de ses membres, qui sont les étudiants, pour les réceptions. Ce sont des tarifs réduits par rapport à ce qu'on paie dans l'industrie, évidemment, parce que non seulement cela leur fournit une expérience, mais ils sont rémunérés.

Mme Vermette: Serait-il possible d'avoir une copie de ce contrat?

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Je demanderais le dépôt, M. le Président, de la copie du contrat.

M. Gratton: On le note et on vous le fera parvenir. À titre indicatif, je peux vous donner ce qu'on paie normalement pour le personnel occasionnel. Pour les serveurs, par exemple, c'est 9,93 \$ l'heure; dans le cas du contrat dont il est question ici, c'est 5,25 \$. La même chose pour les commis de cuisine; ce serait 11,38 \$ pour les occasionnels et, dans le cas de l'association des étudiants, on les paie 6,25 \$.

Mme Vermette: Tout cela est conforme, finalement. Est-ce que cela suit vraiment les prix? Cela ne suit pas nécessairement les prix, mais qu'est-ce qui arrive? Il n'y a pas de syndicat là-dedans, n'est-ce pas?

M. Gratton: Dans le cas de ce contrat... Il y a trois syndicats à l'institut comme tel, mais l'association générale des étudiants n'est pas un syndicat, c'est une association d'étudiants.

Mme Vermette: Finalement, les syndicats, dans cette négociation, n'ont pas à prendre parti, de toute façon, parce qu'ils ne sont pas considérés.

M. Gratton: Non, parce que les étudiants eux-mêmes ne sont même pas membres des syndicats.

Mme Vermette: Cela n'occasionne pas certains problèmes de voir, dans la même entreprise...

M. Gratton: Non, aucun.

Mme Vermette: ...que les jeunes sont moins rémunérés que, finalement, ceux qui sont syndiqués? Cela n'a aucun effet?

M. Gratton: Non, aucun, parce que c'est surtout l'expérience que les étudiants acquièrent qui est importante et non pas nécessairement le salaire qui leur est payé. Dans le fond, c'est une façon de leur permettre de gagner des sous tout en acquérant de l'expérience pratique.

Mme Vermette: Cela va pour l'engagement 45.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va pour 45. Nous passons maintenant à l'engagement 46.

Mme Vermette: Oui, l'engagement 46. Quand on parle de transport vertical, est-ce que ce sont les ascenseurs?

M. Gratton: Oui.
(12 heures)

Mme Vermette: C'est cela. À l'engagement 47, M. le Président, il n'y a rien à signaler.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. À l'engagement 46, cela va? À l'engagement 47 aussi?

Mme Vermette: Oui, à l'engagement 47, cela va. On est rendu à l'engagement 48.

Le Président (M. Charbonneau): Il y a des questions à l'engagement 48?

Mme Vermette: Oui, il y a des questions à l'engagement 48. Les cartes routières que vous avez imprimées, j'imagine que c'est à des fins de vente. Elles sont différentes des...

M. Gratton: Non.

Mme Vermette: Non plus.

M. Gratton: On ne vend jamais grand-chose.

Mme Vermette: Elles sont offertes gratuitement. Est-ce que ce sont les cartes routières qu'il y a dans les stations-service et un peu partout? Non?

M. Gratton: Ce sont des cartes routières qui sont communes à plusieurs ministères. Par exemple, le ministère des Transports doit en acheter un très grand nombre. C'est la carte routière normale du Québec. Nous, on en achète 632 000 spécifiquement pour les distribuer dans nos kiosques d'information touristique et à ceux qui en font la demande.

Mme Vermette: C'est fait par qui ces cartes

routières? Vous dites que vous les achetez. Est-ce qu'il y a des commandites sur cela?

M. Gratton: C'est le gouvernement qui les fait imprimer par appels d'offres du Service des achats, mais les quantités sont employées par divers ministères et notamment par nous au rythme de 632 000 par année.

Mme Vermette: Donc, il n'y a aucune source de revenus avec ces cartes?

M. Gratton: Non.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. J'appelle l'engagement 48. L'engagement 49, je m'excuse.

Mme Vermette: Oui, cette subvention semble relever davantage du MLCP que du ministère du Tourisme, non?

M. Gratton: La députée n'a pas tout à fait tort. Effectivement, cet engagement financier se retrouve là parce que le MLCP et le ministère du Tourisme s'étaient entendus pour que l'Association des pourvoyeurs du Québec n'obtienne plus d'aide financière pour la publication de ce bottin. Mais compte tenu du fait qu'on n'avait pas prévenu cette association de façon assez claire, il m'est apparu opportun qu'on achète un certain nombre de ces répertoires de l'Association des pourvoyeurs du Québec pour cette année en lui indiquant clairement que l'an prochain il n'y aura pas d'aide du ministère du Tourisme à cet effet. Le répertoire dont il est question ici avait été remplacé à notre satisfaction par d'autres publications qu'on avait financées avec le MLCP. L'association a prétendu avoir été informée trop tard de cette décision du gouvernement. C'est ce qui nous a amenés cette année à fournir cette aide financière de 30 000 \$. En fait, ce n'est pas une aide financière, on a acheté pour 30 000 \$ de ces répertoires, mais en indiquant que nous ne nous engageons pas pour les 25 000 copies de l'an prochain.

Mme Vermette: 25 000 copies. C'était distribué, j'imagine, à l'ensemble des gens.

M. Gratton: Encore là, comme tantôt dans le cas de "Fins, Antiers and Wings".

Mme Vermette: Est-ce que cela veut dire que dans les années subséquentes le MLCP va reprendre à son compte cette contribution?

M. Gratton: Il y a déjà un autre guide de forfaits de pourvoyeurs; j'en avais une copie tantôt. Il y a les brochures dont on parlait tantôt. Si l'Association des pourvoyeurs maintient qu'il est utile de continuer à imprimer ce

répertoire de ses membres, l'an prochain, on ne sera probablement pas d'utilité à ce répertoire et on n'en achètera pas.

Mme Vermette: Indépendamment du budget du MLCP.

M. Gratton: Mais eux pourront décider de le produire quand même et de le vendre à d'autres.

Mme Vermette: Merci.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 50?

Mme Vermette: Est-ce que ce guide des congrès et du tourisme est aussi gratuit? Est-ce que c'est un guide gratuit ou si les gens doivent payer pour se le procurer?

M. Gratton: À l'engagement 50?

Mme Vermette: À l'engagement 50, oui. Le guide touristique.

M. Gratton: C'est le même guide touristique qu'on retrouve dans chacune des régions, mais cette fois-ci pour la région de Montréal. L'ATR de la région de Montréal est l'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal.

Mme Vermette: C'est gratuit, cela aussi?

M. Gratton: Oui. Pardon?

Une voix: Le guide est gratuit?

M. Gratton: Oui, par l'office.

Mme Vermette: Mais, l'office vous...

M. Gratton: Nous, on fournit 98 000 \$ par la mise à jour et l'impression du guide touristique de la région de Montréal.

Mme Vermette: Cela lui appartient.

M. Gratton: On en obtient un certain nombre de copies en regard de notre contribution pour notre utilisation à nous dans nos kiosques d'information touristique. L'office, ensuite, dispose des autres copies comme bon lui semble.

Mme Vermette: Cela aussi, les congrès, c'est important de les développer. Est-ce qu'il y a un apport particulier que vous avez en vue pour favoriser de plus en plus les congrès? Il y a énormément de concurrence, pas strictement à Montréal, mais un peu dans toutes les régions.

M. Gratton: On a évidemment d'autres programmes au ministère pour la promotion des congrès, pour l'obtention des congrès, et tous les efforts du Palais des congrès de Montréal font l'objet de discussions avec le ministère. Mais ce n'est pas de cela qu'il s'agit à l'engagement 50.

Mme Vermette: Je l'espère, parce que ce n'est pas seulement avec cela qu'on se fera une réputation sur le plan des congrès. Cela va pour l'engagement 50.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va pour l'engagement 51?

Mme Vermette: Cela va pour l'engagement 51. Il n'y a rien à signaler. L'engagement 52...

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 52?

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va pour l'engagement 52. Engagement 53?

Mme Vermette: Est-ce que cette répartition du Québec est conforme à la répartition des autres provinces? Comment est faite cette répartition en ce qui concerne les montants qui devaient être déboursés par le Québec?

M. Gratton: C'est strictement en fonction des demandes d'information qu'on adresse à Statistique Canada. En d'autres termes, on paie les informations, on lui achète. On pourrait en vouloir plus et on paierait plus. Ce n'est pas une répartition basée sur la population des provinces ou quoi que ce soit. Ce sont des services qu'on achète. Il nous est important de connaître certains comportements. Donc Statistique Canada fournit à l'ensemble des provinces un certain nombre de données générales. Ce que nous achetons avec ces 42 600 \$, ce sont des informations additionnelles, à notre demande.

Mme Vermette: Vous voulez dire que les paiements s'effectuent en fonction de la curiosité et des besoins de votre ministère en ce qui concerne les statistiques?

M. Gratton: Par exemple, si on veut disposer d'informations par association touristique, par région touristique. Alors, c'est ce genre d'information qu'on achète de Statistique Canada, qui ne les compilerait pas par région si on n'en faisait pas la demande.

Mme Vermette: Donc, c'est en plus de notre bureau de la statistique que nous avons ici au Québec. Vous devez mettre à jour certaines statistiques à vos fins personnelles sur les formes de développement et des orientations de politique.

M. Gratton: Non. Le bureau de Statistique Québec ne fait pas d'enquête de ce genre. Seul Statistique Canada en fait. C'est pour cela, d'ailleurs, qu'on achète de Statistique Canada.

Mme Vermette: Est-ce parce qu'on n'a pas l'équipement nécessaire pour faire de telles enquêtes ou si c'est parce que vous vous fiez davantage au bureau de Statistique Canada?

M. Gratton: Non. Il ne serait pas efficace pour une province de recueillir des informations qui proviennent de l'ensemble du territoire canadien. Statistique Canada peut le faire et doit le faire pour d'autres motifs. On achète simplement ce dont on a besoin, comme les autres provinces le font.

Mme Vermette: Parfait!

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 54?

Mme Vermette: C'est aussi une contribution du Québec. Est-ce que c'est un prix uniforme pour l'ensemble des provinces ou si, encore là, il y a des variantes?

M. Gratton: C'est réparti selon les recettes touristiques de chacune des provinces.

Mme Vermette: C'est selon les recettes touristiques. Est-ce qu'on pourrait me donner des points de référence? Par exemple, combien l'Ontario paie par rapport à nous?

M. Gratton: L'Ontario paie environ le double de ce qu'on paie.

Mme Vermette: Le double de ce qu'on paie.

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 55?

Mme Vermette: Engagement 55. C'est...

M. Gratton: L'engagement 55. Justement, on a parlé de l'entente Ontario-Québec pour la promotion sur les marchés, notamment sur le marché japonais. Voilà un exemple d'efforts qui ont été faits, c'est-à-dire une tournée qui a été organisée au Japon pour la mise sur pied du programme dont on a parlé tantôt.

Mme Vermette: En fait, c'est assez inusité qu'on donne de l'argent à une agence de voyages

pour qu'elle puisse faire...

M. Gratton: C'est assez courant.

Mme Vermette: C'est assez courant?

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Oui, pour le gouvernement comme tel?

M. Gratton: Oui. Par exemple, vous voyez...

Mme Vermette: Quels sont les critères pour lesquels on choisit une agence plutôt qu'une autre, dans ce temps-là?

M. Gratton: Dans ce cas précis, Japan Travel Bureau, c'est l'agence réceptive du gouvernement japonais. En temps normal, je présume qu'on doit avoir... Je pense que la question portait, de façon générale sur: Quand on organise une telle activité, comment est choisie l'agence de voyages?

Mme Vermette: Je comprends qu'il y a une entente Québec-Ontario, mais par rapport à nous précisément...

M. Gratton: Il ne faut pas se méprendre. Les coûts dont il est question ici, ne sont pas les frais de déplacement, les coûts du voyage.

Mme Vermette: Ce sont des sommes que vous donnez pour que, finalement, on puisse faire de la promotion et que les gens viennent ici.

M. Gratton: C'est cela, publication d'informations, de brochures, etc.

Mme Vermette: Quels sont les critères, puisque c'est un office du gouvernement et qu'il y a déjà une entente? Qu'est-ce qu'on doit faire de plus pour favoriser la promotion et inciter les gens à venir au Québec?

M. Gratton: Je demanderais à M. le sous-ministre d'expliquer.

M. Therrien (Jacques-Yves): Il faut bien voir que le Japan Travel Bureau agit ici comme n'importe quel autre grossiste ou "tour operator", comme on les appelle ordinairement; même en français, on les appelle les "tour operators", les organisateurs de tours dans d'autres pays. Ce qu'on fait avec eux, c'est de la promotion associative. On s'entend avec eux. S'ils dépendent, par exemple, 100 000 \$ pour la promotion de forfaits qui impliquent le Québec et l'Ontario, on va demander au Japan Travel Bureau d'en payer 50 000 \$, à l'Ontario d'en payer 25 000 \$ et on en paiera 25 000 \$, dans des proportions semblables.

Et ce qu'ils vont faire, c'est la promotion, dans

ces cas-là, par exemple, d'un circuit qui part de Québec et qui va jusqu'à Niagara Falls. En France, on fait la même chose avec les "tour operators". On a un programme général qu'on dit de promotion coopérative où des gens des circuits commerciaux touristiques contribuent à 50 % au moins des dépenses de promotion et, à ce moment-là, le ministère du Tourisme, en association avec d'autres ministères, comme c'est le cas au Japon, et en association avec l'Ontario, fournit l'autre 50 %. C'est dans cette optique que les paiements sont faits et que les dépenses sont effectuées.

Alors, on ne paie pas 100 % de la note. On paie au maximum 50 % de la note, soit seul, soit en collaboration avec d'autres ministères, comme dans ce cas-ci avec le ministère du Tourisme de l'Ontario. On peut aussi collaborer avec le ministère fédéral du Tourisme à des programmes de collaboration. On peut aussi se mettre à trois pour payer l'autre 50 %. Cela varie selon les occasions d'affaires qu'on peut avoir.

(12 h 15)

Mme Vermette: Est-ce que vous m'avez dit que le Japan Travel Bureau était considéré comme privé?

M. Therrien (Jacques-Yves): C'est un organisme qui agit comme organisme privé dans les pays étrangers, mais qui est une création du gouvernement japonais parce que les Japonais se sont vite rendu compte qu'ils devaient avoir leurs propres agences réceptives dans les pays étrangers. Les Japonais ont des besoins particuliers lorsqu'ils voyagent à l'étranger et, pour être certains d'avoir ce qu'ils cherchent, ils ont développé des agences qu'on dit réceptives et qui existent aux États-Unis et au Canada. C'est donc une organisation créée par le gouvernement japonais pour faciliter... Mais c'est un organisme indépendant. C'est une sorte de société de la couronne, pourrait-on dire, qui facilite le voyage des Japonais à l'étranger. Mais elle agit aussi au Japon même et c'est cela qui nous intéresse.

Mme Vermette: Ce qui veut dire que le fait qu'elle soit soutenue par le gouvernement japonais ne donne pas le choix de transiger avec d'autres compagnies privées.

M. Therrien (Jacques-Yves): C'est la plus grosse organisation japonaise de voyages qui existe en Amérique du Nord. Alors, vous n'avez presque pas le choix. C'est comme si le gouvernement français mettait sur pied un très gros "tour operator" et que vous disiez: On ne fera pas affaires avec lui. On n'a pas tellement le choix de faire affaires avec le plus gros "tour operator" japonais en Amérique du Nord.

Mme Vermette: Cela va. Parfait.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui, l'engagement 55 est accepté.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 56?

Mme Vermette: Rien à signaler, M. le Président, en ce qui concerne l'engagement 56.

Le Président (M. Charbonneau): Tout est sous contrôle. On passe à l'engagement 57.

Mme Vermette: Dans l'engagement 57, en fin de compte, les paiements au fonds ne sont pas imputés au budget de l'institut d'hôtellerie.

M. Gratton: Non, c'est strictement...

M. Therrien (Jacques-Yves): La direction de l'hôtellerie...

M. Gratton: C'est la direction du ministère qui émet les permis d'hôtellerie.

Mme Vermette: C'est la direction du ministère?

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Pour l'engagement 58, cela va, M. le Président, il n'y a rien à signaler.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va.

Mme Vermette: Et il n'y a rien à signaler à 59 non plus.

Le Président (M. Charbonneau): Cela complète les engagements d'avril 1988.

Mai

On passe maintenant à ceux de mai 1988.

Mme Vermette: Mai 1988.

Le Président (M. Charbonneau): Il n'y en a pas beaucoup. L'engagement 17?

Mme Vermette: C'est un contrat pour promouvoir le développement touristique de l'Outaouais. C'est un contrat d'un an qui n'est donc pas récurrent. Est-ce exact?

M. Gratton: Non, il n'est pas récurrent, mais je ne cacherai pas que je souhaite obtenir les autorisations pour poursuivre l'expérience.

Mme Vermette: Ce que M. Veilleux reçoit est-il considéré comme un salaire. À quel titre cette masse salariale est-elle attribuée?

M. Gratton: Ce sont des honoraires pour

des services que nous achetons de M. Veilleux qui exerce son travail à temps plein pour le ministère.

Mme Vermette: Il est à contrat avec le ministère?

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: À l'intérieur du ministère et non pas à l'intérieur du cabinet.

M. Gratton: Non, non, au ministère.

Mme Vermette: À l'intérieur du ministère comme tel.

M. Gratton: Au ministère, sous l'autorité immédiate du sous-ministre, M. Therrien.

Mme Vermette: Cela va. Pour avoir ce contrat, on ne passe pas de concours ou des choses. Le choix se fait sans concours particulier.

M. Gratton: Non, c'est un contrat de services.

Mme Vermette: C'est tout simplement un contrat de services, donc cela n'a absolument rien à voir.

Ce poste, même si c'est un contrat de services avec le gouvernement, ne devrait-il pas être affiché à un moment donné, quelque part dans **la Gazette** ou...

M. Gratton: Non.

Mme Vermette: Absolument pas.

M. Gratton: D'aucune façon.

Mme Vermette: D'aucune façon. Vous ne considérez pas la nécessité de passer par de telles façons de faire? Pas dans ce cas-ci?

M. Gratton: Dans le cas particulier de M. Veilleux dans l'Outaouais, on sait que plusieurs gouvernements oeuvrent sur le territoire dit de la capitale nationale: le gouvernement fédéral, les deux gouvernements provinciaux de l'Ontario et du Québec, les municipalités régionales de comté d'Ottawa-Carleton, du côté ontarien, et de l'Outaouais, du côté québécois, la Commission de la Capitale nationale et les divers ministères qui ont un mandat d'aménagement. Bref, tout le monde a quelque chose à dire concernant le développement économique et, évidemment, le développement touristique. On sait qu'Ottawa, comme capitale fédérale, attire déjà au-delà de 3 500 000 visiteurs chaque année dans la région. Compte tenu de l'ouverture des deux musées, celui des beaux-arts, qui a ouvert à Ottawa, du côté ontarien, cet été, et celui des civilisations

qui ouvrira l'an prochain à Hull, qui est situé du côté de Hull, il nous a semblé nécessaire d'assurer une présence constante du ministère, autre que celle assurée par l'Association touristique de l'Outaouais, spécifiquement pour veiller aux intérêts du Québec dans le développement de l'industrie touristique de la région dite de la capitale nationale. C'est dans ce sens qu'on a procédé à l'engagement de M. Veilleux qui a les compétences professionnelles requises, mais qui, en plus, est vice-président de la Société d'aménagement de l'Outaouais, un poste non rémunéré, soit dit en passant. Il oeuvre à temps plein pour le ministère du Tourisme et est responsable en particulier du travail de coordination sur le territoire avec les diverses agences gouvernementales.

Mme Vermette: Vous avez dit qu'il était compétent. Donc, cela veut dire qu'il a des connaissances au plan touristique, hors de tout doute.

M. Gratton: On pourrait vous fournir le curriculum vitae de monsieur...

Mme Vermette: Oui, si possible.

M. Gratton: ...Veilleux.

Mme Vermette: Est-ce qu'on peut avoir la copie du contrat aussi?

M. Gratton: Oui, il n'y a pas de problèmes. Soit dit en passant, le contrat inclut le salaire et 10 000 \$ qui sont prévus au chapitre des frais de voyage, selon le barème de la fonction publique.

Mme Vermette: Saviez-vous, M. le ministre, que M. Veilleux contribue depuis 1987 à la caisse électorale du Parti libéral, ce qu'il n'avait jamais fait antérieurement?

M. Gratton: Non, je ne le savais pas. Je serais prêt à gager qu'il a aussi probablement contribué à d'autres caisses électorales dans le passé.

Mme Vermette: Peut-être pas depuis 1982, mais sûrement à partir de 1987.

M. Gratton: Je ne suis vraiment pas au courant. Ce que je peux dire, c'est que M. Veilleux, je vous suggérerais d'être très prudente, n'a jamais été identifié au Parti libéral du Québec comme tel.

Mme Vermette: Il a sûrement dû apprécier son poste puisqu'il a donné 425 \$ à la caisse électorale.

M. Gratton: Il ne me l'a pas donné à moi.

Mme Vermette: À la caisse libérale, j'ai bien dit.

M. Gratton: Je ne le savais pas. Ce n'est pas quelque chose qui a influencé mon sous-ministre dans l'engagement de M. Veilleux, j'en suis bien sûr.

Mme Vermette: C'est sur ses compétences.

M. Gratton: Pardon?

Mme Vermette: Je dis que ce qui l'a influencé, ce sont ses compétences.

M. Gratton: Ses compétences et sa présence sur le territoire là où on voulait qu'il oeuvre.

Mme Vermette: Il ne vous semble pas qu'il est en conflit d'intérêts, puisqu'il occupe déjà un poste à l'office de développement ou d'aménagement de l'Outaouais?

M. Gratton: La Société d'aménagement de l'Outaouais. Non. Au contraire, c'est ce qui nous permet de l'avoir à si bon marché parce que le service de secrétariat et de bureau, et les locaux qu'il occupe comme représentant du ministère du Tourisme lui sont justement fournis par la Société d'aménagement de l'Outaouais qui, elle, a pour mandat le développement économique de la région qui inclut le développement touristique. Alors, il n'y a pas de conflit d'intérêts. Au contraire, il y a concordance d'intérêts dans ce cas-là.

Mme Vermette: Il y a une concordance et le fait qu'il occupe ces deux fonctions favorise aussi votre choix en ce qui concerne cet individu.

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 18?

Mme Vermette: À ce que je vois, il n'y a pas eu de soumission. En fait, c'était aussi un contrat.

M. Gratton: Il s'agit d'une navette qui a été organisée sur le territoire de la région de la capitale nationale encore une fois avec l'ouverture des deux musées dont on a parlé tantôt. Un projet a été élaboré de fournir un service de navette d'autobus pour toutes les personnes qui voudraient voyager, se déplacer entre les deux musées et un troisième musée situé du côté

ontarien. Le ministère a accepté de défrayer jusqu'à un maximum de 11,3 % du déficit d'opération de cette navette. Les usagers payaient quelque 2 \$ par personne - il y avait un prix pour la famille - ce qui leur permettait d'embarquer ou de débarquer de cet autobus toute une journée durant pour faire le trajet dans un sens ou dans l'autre. Notre participation sera d'un maximum de 50 000 \$, soit l'équivalent de 11,3 % du déficit d'opération.

Mme Vermette: Je me souviens, pour en avoir entendu parler souvent quand je prenais les taxis à cette époque, qu'on se plaignait beaucoup de concurrence déloyale. Les taxis auraient bien aimé avoir été mis à partie dans ce genre d'organisation, parce que cela leur enlevait une certaine clientèle, en tout cas, les Co-op ici. Cette compagnie a-t-elle été mise sur pied uniquement pour répondre à ce besoin ou existait-elle déjà?

M. Gratton: D'abord, il ne s'agit pas d'une compagnie. Ce n'est pas une entreprise privée. C'est uniquement un organisme à but non lucratif subventionné par les différents paliers de gouvernement. On a utilisé des autobus qui appartenaient déjà à la commission de transport de l'Ontario qu'on a repeints pour les besoins de la cause. Il y en avait peut-être six ou sept qui faisaient cette navette constamment. À ma connaissance, il n'y a pas eu de plainte ni de réaction négative, de la part des chauffeurs de taxi ou de quiconque.

Mme Vermette: Je suis peut-être tombée sur des gens insatisfaits qui considéraient que, comme tout avait été très bien planifié et tout cela, cela leur occasionnait un certain manque à gagner.

M. Gratton: Mais il s'agissait uniquement d'un service d'autobus...

Mme Vermette: Oui, de transport.

M. Gratton: ...qui était déjà accessible ou disponible par les circuits normaux des deux commissions de transport de chaque côté, sauf que, là, on a intégré un circuit spécifiquement pour faire ce parcours des musées. À ma connaissance, et d'ailleurs cela a été précisé en collaboration avec les deux commissions de transport, cela n'a pas créé de problème, d'aucune sorte.

Mme Vermette: La Commission des transports du Québec a été prise à partie dans ce dossier.

M. Gratton: La Commission de transport de la Communauté régionale de l'Outaouais.
(12 h 30)

Mme Vermette: De l'Outaouais?

M. Gratton: De l'Outaouais, oui, la CTCRO. Effectivement, on en est arrivés à l'entente que l'on connaît, ce qui ne signifie pas qu'on ne tentera pas de l'améliorer au cours de l'été. Elle était en fonctionnement pour la première fois l'été dernier. Elle est entrée très tard en fonction et les résultats n'ont peut-être pas été aussi probants compte tenu que, oui, le Musée des beaux-arts était ouvert du côté ontarien à partir de la fin de juin ou du début de juillet, mais pas le Musée des civilisations du côté québécois. C'est évident qu'il y a beaucoup moins de gens qui sont venus à Hull qu'il n'en viendra l'an prochain. Au bas mot, on estime à pas moins de - là, je ne veux pas faire d'erreur - plusieurs centaines de milliers de visiteurs qui viendront à Hull visiter le Musée des civilisations, une fois qu'il sera ouvert l'an prochain. À ce moment, la navette va sûrement être beaucoup plus efficace qu'elle a pu l'être cet été, compte tenu du fait que du côté québécois il n'y avait encore aucune attraction majeure pour les gens.

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Je pense que cela complète les engagements du mois de mai 1988. Il reste ceux des mois de juin et juillet 1988. D'abord, juin. Je signale qu'il reste une demi-heure.

Juin

J'appelle l'engagement 37.

Mme Vermette: Oui, cela va pour l'engagement 37.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va. J'appelle l'engagement 38.

Mme Vermette: Les engagements 38 à 43 - on n'inclut pas 43 - on pourrait les prendre en bloc.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va.

Mme Vermette: Cela va. Est-ce qu'on pourrait avoir la date d'engagement de chacune des personnes qui ont été... À quelle période commencent les engagements? Est-ce qu'on pourrait avoir cette liste?

M. Gratton: Donc, la date d'engagement de chacune.

Mme Vermette: Oui, c'est cela.

M. Gratton: Oui.

Mme Vermette: Est-ce qu'on peut savoir aussi sur quelle base ont été faits les renouvellements de contrats? Est-ce reporté tel quel ou s'il y a eu des modifications?

M. Gratton: Ils ont été faits selon les directives du Conseil du trésor.

Mme Vermette: Oui, d'abord les modifications dans les directives. Est-ce que ce sont toujours les mêmes directives sans modification aucune?

M. Gratton: Non. C'est-à-dire que la dernière, en date du 29 mars 1988, est la directive concernant les attachés contractuels oeuvrant dans les représentations à l'extérieur du Québec. C'est une directive du Conseil du trésor. Les renouvellements que l'on retrouve dans les engagements financiers ont tous été faits en fonction de cette directive.

Mme Vermette: Il y a seulement un endroit où c'est toujours un peu plus élevé qu'ailleurs. Je ne sais pas si c'est parce que cet endroit est assez particulier. À l'engagement 42, c'est M. Iwabuchi.

M. Gratton:...

Mme Vermette: Il coûte un peu cher.

M. Gratton: Oui, mais il faut savoir ce qu'il en coûte pour vivre à Tokyo; le coût de la vie est plus élevé à Tokyo. On paie ce que...

Mme Vermette: Selon l'indice du coût de la vie là-bas.

M. Gratton: Ce que le marché commande, oui. Quand on pense à devoir payer 150 \$ pour un steak à Tokyo... 22 \$ pour un petit déjeuner, c'est ce qu'a payé mon sous-ministre lors de son dernier passage, parce que lui, il y est allé!

Mme Vermette: C'est beaucoup plus cher, M. le ministre, qu'en Thaïlande.

M. Gratton: Pardon?

Mme Vermette: C'est beaucoup plus cher qu'en Thaïlande.

M. Gratton: En Thaïlande, ce n'est pas du tout... En fait, c'est une situation complètement différente. Voulez-vous que je vous en parle de la Thaïlande? C'est inouï ce que cela ne coûte pas cher pour y vivre. Comment c'était en Australie?

Mme Vermette: Très bien. On pourra s'en reparler après.

M. Gratton: D'accord.

Le Président (M. Charbonneau): Ceux qui sont restés au Québec, est-ce qu'ils peuvent avoir au moins des cartes postales ou...

M. Gratton: Il y a toujours des rapports de mission.

Une voix: Une copie de la discussion.

M. Gratton: C'est cela.

Le Président (M. Charbonneau): Est-ce que cela va, Mme la députée, pour ce bloc?

Mme Vermette: Oui, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Si je comprends bien, nous sommes rendus à l'engagement 44.

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): L'Australie, la Thaïlande à la voile, c'est loin!

M. Gratton: Je me rappelle tout le débat qui avait entouré les difficultés immédiatement avant l'événement de la transat Québec-Saint-Malo. On n'a peut-être pas noté avec autant de satisfaction que nous le fait que l'organisme avait bouclé l'activité avec un léger surplus, ce qu'il s'était engagé à faire au moment où nous avons consenti cette aide financière de 130 000 \$. Il s'était engagé à ne pas réclamer de participation plus élevée du gouvernement.

Mme Vermette: Plus élevée?

M. Gratton: Oui. C'est-à-dire qu'on lui avait indiqué qu'on ne donnerait aucun montant additionnel aux 130 000 \$, quel que soit le bilan financier de l'événement. Il a bouclé avec un surplus. C'est tout à son honneur et cela indique bien qu'il avait raison d'insister pour organiser l'événement.

Mme Vermette: Dans sa formule actuelle, êtes-vous satisfait de la transat et de ses résultats?

M. Gratton: Disons que je n'ai pas obtenu d'analyse de l'événement, mais ce que j'en ai vu de l'extérieur me satisfait puisqu'on voulait surtout protéger la possibilité d'organiser l'événement à nouveau, à l'occasion des fêtes de 1992. Je pense que les 130 000 \$ étaient vraiment justifiés.

Mme Vermette: Est-ce que vous prévoyez verser encore des sommes d'argent l'an prochain?

M. Gratton: Ce ne sera pas l'an prochain. La prochaine transat...

Mme Vermette: En 1992?

M. Gratton: ...sera en 1992. À ce moment-là, on verra quelles seront les exigences pour tenir l'événement. Sachant maintenant qu'on a pu l'organiser à partir du budget qu'on avait, avec un surplus, on va enfin cesser de penser qu'un événement s'organise seulement à coups de participation des gouvernements. On était partie dans ce dossier où les gouvernements payaient presque tout et où personne d'autre ne s'impliquait. On en est arrivés à une formule où ce sont surtout des entreprises qui se sont impliquées, et j'en suis fort aise.

Mme Vermette: C'est toujours plus difficile, vous savez, quand on commence une participation. Une fois que c'est fait et qu'on a fait la preuve, c'est plus facile d'aller chercher des commandites.

M. Gratton: Oui. Le problème, par contre, c'est que, lorsqu'il est incrusté dans la mentalité que ce sont les gouvernements qui paient tout et qu'on n'a qu'à demander, il n'y a pas beaucoup d'efforts faits par ceux qui organisent ces événements pour les rendre rentables. Au fur et à mesure que les moyens financiers restreints qu'on possède nous amènent à explorer toutes les façons de mieux gérer les fonds publics, c'est le genre de considération qui nous amène à modifier notre comportement. Tout le monde semble s'accommoder de cela assez facilement, finalement.

Mme Vermette: Ce que j'essayais de voir, et je me disais que finalement c'est tout récent, peu importe le gouvernement, qu'on s'aperçoive qu'on peut peut-être se fier à d'autres moyens que le gouvernement.

M. Gratton: Cela coïncide peut-être avec la dernière élection, je n'en sais rien.

Mme Vermette: Il y a certains résultats qui restent à prouver. Engagement 45...

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 45?

Mme Vermette: Si je me souviens bien, le Tour de l'île de Montréal a vraiment eu un résultat extraordinaire cette année et on en a beaucoup entendu parler. Je pense que c'est un peu en train de damer le pion au marathon; peut-être pas, mais cela devient un événement au niveau du cyclisme aussi majeure que le marathon de Montréal. Donc, j'imagine que vous devez être fort satisfait des résultats cette année de l'événement du Tour de l'île de Montréal?

M. Gratton: Disons que l'appréciation de l'événement a peut-être été plus facile à faire du point de vue du ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche que du point de vue du ministère du Tourisme, finalement. Effectivement, le Tour de l'île est un succès de participation, quoiqu'il ne soit pas très évident que c'est un événement touristique de toute première classe. On déplace beaucoup de gens pour participer au Tour de l'île, mais ce n'est pas avec cela, par exemple, qu'on attire au Québec des gens de l'extérieur. Dans ce cadre-là, c'est surtout le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche. On voit que l'engagement financier regroupe les contributions de plusieurs ministères à l'organisation de l'événement. Vu que l'événement s'autofinance déjà à plus de 90 %, le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche, un peu comme pour le Carnaval de Québec, négocie présentement avec les organisateurs pour qu'il y ait un "phasing out" de la participation financière du gouvernement à cela.

Mme Vermette: J'ai de la misère à vous suivre dans votre analyse lorsque vous dites que ce n'était pas une activité touristique tellement importante parce que ce n'est pas prouvé que les gens viennent de l'extérieur pour y participer. À mon avis, tout ce qui touche le récréotouristique est intimement lié. Il y a un effet important. On ne peut pas savoir quelle variable est la plus importante: l'effet loisir ou l'effet touristique. Les deux sont sûrement intimement liés et il est plus difficile de définir lequel apporte plus par rapport à l'autre. S'il n'y avait pas l'événement, il n'y aurait sûrement pas de gens. Il y a des gens parce qu'il y a un événement. Il y a le site, il y a plein de choses à considérer. Par contre, j'ai de la difficulté à suivre parce que j'ai toujours pensé que, pour avoir du tourisme, il fallait avoir des infrastructures, des objectifs, des intérêts, des sites pour les événements ou les activités qui font que le touriste est intéressé à venir. Cela fait appel à d'autres endroits; cela leur permet de se manifester ou de se mesurer dans leur discipline respective.

Cela m'amène à vous demander si vous considérez important votre rôle de ministre dans des activités de ce genre. Lavalin a fait des rapports démontrant hors de tout doute l'apport économique de ces activités, que c'était très important économiquement, qu'il y avait des bénéfices provenant de ces activités. Est-ce que vous considérez toujours important l'apport du gouvernement dans ce genre d'activité, selon les objectifs dont on parlait tantôt? En ce qui concerne la transat, cela s'est financé tout seul, ou presque, et cela a très bien fonctionné. Si le gouvernement se retire complètement, est-ce que vous n'avez pas peur qu'on glisse vers d'autres terrains et que ce soient nos compétiteurs de l'Ontario qui finissent par maintenir ce genre d'activité parce qu'ils y mettent le paquet?

M. Gratton: Évidemment, si je répons comme ministre du Tourisme, ma réponse sera différente de celle que je donnerais comme membre du gouvernement. Comme ministre du Tourisme, je pense qu'il faut prioriser les événements qui ont des retombées touristiques. La meilleure façon de les mesurer, c'est par les retombées économiques. Si on pense à des événements comme le Grand Prix de Montréal, le formule un, et qu'on le compare au tour cycliste, ce sont deux mondes complètement différents. Dans le cas du Grand Prix, on peut aimer ou ne pas aimer le formule un, peu importe. Dans le cas du Grand Prix, ce sont des retombées économiques directes de millions, de dizaines de millions à Montréal, alors que ce n'est pas évident qu'on parle de la même chose concernant le Tour de l'île. C'est dans ce sens que, nous, au ministère du Tourisme, nous nous intéressons d'abord aux événements qui ont une portée plus internationale, qui débordent le cadre local ou régional d'une activité comme le tour cycliste. C'est sûr que cela fait partie des événements qui, mis ensemble, font que le Québec - Montréal, dans ce cas - devient une destination intéressante pour les visiteurs. Ce n'est pas le genre d'événement qui est susceptible de nous intéresser autant que d'autres événements à caractère plus international.

Si la question m'était posée comme membre du gouvernement, c'est sûr que je pense que le gouvernement doit continuer à s'impliquer dans l'organisation d'un événement dont les retombées sont beaucoup plus sociales, en termes de santé, de participation à l'activité physique. Le MLCP a un mandat de ce côté-là et probablement que le ministère de la Santé et des Services sociaux en a un aussi. Ce n'est peut-être pas au ministère du Tourisme d'en assurer la coordination, et je dis qu'on ne le fera pas.

Mme Vermette: Si je regarde bien, sur le plan des engagements, le ministère du Tourisme a donné plus que le ministère du Loisir, de la Chasse et de la Pêche pour ces événements-là.
(12 h 45)

M. Gratton: Oui, et c'est dû à un concours de circonstances qui n'a rien à voir avec les retombées touristiques. Il s'agit simplement d'un dossier auquel le gouvernement a voulu fournir 65 000 \$. Finalement, on aura trouvé cette répartition non pas en fonction d'une logique quelconque, mais beaucoup plus en fonction des disponibilités.

Mme Vermette: En tant que ministre du Tourisme, est-ce que vous allez continuer de verser des subventions à cette activité qu'est le Tour de l'île qui commence justement à rayonner, parce que cela a pris un certain temps à avoir un impact sur la population, même en Ontario et un peu plus bas, aux États-Unis?

M. Gratton: Mme la députée conviendra sûrement que, si on est capables d'organiser l'événement - on l'autofinance déjà à 90 % présentement - si on peut l'autofinancer à 100 %, c'est l'objectif qu'on devrait viser, et non pas laisser aux organisateurs l'assurance que l'argent du public sera toujours là, surtout s'il n'est pas nécessaire. Il m'a toujours semblé que l'objectif qu'on doit viser, quelle que soit l'organisation à laquelle on travaille, devrait toujours être non seulement de s'autofinancer, mais d'obtenir des surplus pour améliorer le produit, et non seulement de faire le minimum et de compter sur le gouvernement pour renflouer le manque à gagner. C'est tout ce qu'on dit, finalement. Quand on parlait tantôt du Carnaval de Québec et qu'on mettait des conditions à l'aide du gouvernement, ce n'était pas pour nuire à l'événement. Au contraire, c'est pour établir un cadre de travail qui fait que tout le monde a le même objectif, c'est-à-dire le succès de l'événement et surtout les retombées économiques. Si on peut fournir des loisirs, de la récréation aux Québécois, en même temps qu'on en fait des objets de création d'emplois, il me semble que c'est ce qu'on devrait rechercher.

Mme Vermette: M. le Président, je rappellerai au ministre que la participation, si minime soit-elle, est importante comme caution morale. Si vous voulez que d'autres grosses entreprises mettent de l'argent, il faut qu'elles aient l'assurance, dans certains cas, surtout pour des événements de cette envergure, que le gouvernement est intéressé lui aussi par ce type d'événement et qu'il apportera une certaine contribution. C'est une garantie pour les autres du sérieux de l'entreprise et c'est aussi une garantie de la volonté du gouvernement de faire en sorte que ces activités-là aient un succès retentissant.

M. Gratton: J'ai l'impression qu'on dit la même chose, sauf qu'il ne faut surtout pas penser que la bonne gestion des fonds publics implique qu'on doive continuer à faire certaines choses parce qu'on les fait comme cela depuis toujours. Il nous semble qu'il y a un tas de... Et ce n'est un reproche à personne. Il s'agit simplement de constater que les ressources illimitées ne sont plus là, que la concurrence s'est organisée pour être efficace et productive, et que si nous ne le faisons pas... Quand on pense, par exemple, à ce que le ministère du Tourisme s'implique moins dans l'opération courante d'organisation d'événements, ce n'est pas pour prendre l'argent et le retourner au fonds consolidé. C'est parce qu'on pense que l'argent qu'on pourra ne pas dépenser là, on pourra l'utiliser pour la vraie promotion du Québec comme destination touristique, ce qui va profiter également à ces événements-là. Mais il ne faut pas partir de l'idée qu'on va maintenir artificiellement en vie des événements qui ne le

seraient pas si le gouvernement n'y contribuait pas. Si on parle de loisirs, de récréation, oui, le gouvernement a une mission de ce côté-là, il a un mandat et des obligations envers la population du Québec, mais je vous dis que ce n'est pas notre mandat au ministère du Tourisme. Notre mandat est de développer l'industrie touristique. Comment le fait-on? En attirant le plus grand nombre de visiteurs ici. Si c'est par des événements autres que des événements à caractère plutôt social, on va devoir faire les choix qui s'imposent et respecter les orientations qu'on se donne.

Mme Vermette: J'en conviens avec vous, M. le ministre. C'est un jeu de dominos, en fait. Tout est interrelié. Si vous touchez à un domino, cela touche à l'ensemble des dominos. Cela a un impact et cela s'enchaîne. C'est dans ce sens-là, si on veut attirer les touristes, à mon avis, qu'il faut avoir des événements majeurs qui font que le Québec est considéré pour certaines activités particulières où on se distingue par rapport à d'autres activités, et je trouve que cela est important aussi. C'est peut-être une philosophie, mais je trouve important que les gouvernements ne se départent pas complètement de cette responsabilité et qu'ils considèrent tout aussi important leur apport pour favoriser ce type d'événements qui nous donne une renommée internationale et qui fait qu'on est reconnu pour nos promotions sportives, athlétiques et peut-être aussi sociales à d'autres endroits, mais je pense que c'est important. Si on veut performer à d'autres niveaux, on a juste à penser aux Jeux de Séoul et à ce qui s'est passé; je regarde un plus petit pays que nous, l'Australie, qui a 200 ans d'existence, qui a beaucoup performé et qui est allé chercher plusieurs médailles. C'est peut-être qu'on encourage certaines activités ou qu'on essaie de combiner l'effet touristique à celui du profit en même temps. Des bénéfiques, je suis d'accord avec vous, il faut en avoir et c'est comme ça que fonctionne une société à l'heure actuelle; d'ailleurs, je pense que cela a toujours été le cas. Le plus important est de trouver les formules gagnantes et non d'essayer de se délester de ses responsabilités.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va? Je vous signale qu'il nous reste dix minutes. Alors, l'engagement 46, où il y a une formulation différente.

Mme Vermette: J'aurais juste une dernière question là-dessus, M. le ministre. Est-ce que le développement des pistes cyclables revient à votre ministère en tant que tourisme? Parfois, c'est juste sur la ligne grise, non?

M. Grattoir: Quant à moi, la ligne est très claire. Cela appartient au MLCP et, chez nous, on ne s'en préoccupe pas. Du côté social, comme membre du gouvernement, oui, mais comme

ministre du Tourisme, non.

Mme Vermette: Non, non, je fais bien la distinction entre votre engagement social et votre engagement face au développement touristique, mais je ne savais pas exactement où se tranchait l'un par rapport à l'autre.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va, l'engagement 46?

Mme Vermette: Cela va, oui.

Le Président (M. Charbonneau): 47?

Mme Vermette: Cela va aussi, l'engagement 47.

Le Président (M. Charbonneau): 48?

Mme Vermette: À 47, il y avait... Cela va. Oui, à 48, j'avais une seule question à poser. Est-ce qu'on a un kiosque touristique à Berlin ou est-ce qu'on passe par l'Ontario?

M. Gratton: La participation du Québec est assurée à l'intérieur des équipements du gouvernement canadien. Il n'y a pas de kiosque du Québec comme tel. Cela nous coûterait pas mal plus cher que 47 000 \$, si tel était le cas.

Mme Vermette: Cela va, 49.

Le Président (M. Charbonneau): 49?

Mme Vermette: Il n'y a rien à signaler.

Le Président (M. Charbonneau): 50?

Mme Vermette: 50, oui. Le Parc Mont-Cascades, est-ce une compagnie privée? Oui?

M. Gratton: Oui, c'est une entreprise strictement privée qui opère déjà un centre de ski à Mont-Cascades. Elle est en train de faire la promotion d'un parc thématique pour tenter de tirer profit de la clientèle de plusieurs millions de visiteurs dont je parlais tantôt et qui est déjà présente dans la région de la capitale nationale.

Mme Vermette: Il n'y a pas eu de subvention dans ce cas-là. Est-ce un contrat ou quoi?

M. Gratton: C'est une participation financière à l'étude de faisabilité. La participation financière du ministère du Tourisme, dans le cadre de l'entente Canada-Québec - donc, 50 % d'aide financière payée par le gouvernement du Canada - représentait 17,5 % du coût total de l'étude. L'étude était d'environ 280 000 \$.

Mme Vermette: Dans ce cas-ci, il n'y a pas eu d'appel d'offres, d'aucune façon? On n'avait pas besoin d'appel d'offres?

M. Grattoir Non.

Mme Vermette: Parce que c'est une entreprise privée?

M. Gratton: C'est l'entreprise privée qui a engagé une firme pour faire une étude de faisabilité et, dans le cadre de l'entente fédérale-provinciale, on a consenti un maximum de 35 % d'aide financière pour la réalisation de l'étude. Évidemment, selon le droit de regard qu'on avait là-dessus, si la firme retenue par l'entreprise n'avait pas répondu aux critères de compétence exigés, nous n'aurions pas consenti d'aide financière. Soit dit en passant, la firme qui a réalisé cette étude, c'est Coopers & Lybrand.

Mme Vermette: N'avez-vous pas l'impression que c'est comme une nouvelle façon de passer à côté des soumissions?

M. Gratton: Non. Quand une entreprise privée fait appel à une aide financière du gouvernement, le gouvernement peut difficilement imposer ou décider qui va faire les travaux à moins qu'il paie plus de 50 % de la note. En l'occurrence, l'entreprise elle-même engage une firme de consultants. En supposant que le gouvernement n'aurait pas consenti d'aide financière, l'entreprise aurait quand même, j'imagine, fait effectuer le travail par la firme de son choix.

Mme Vermette: Je comprends très bien le principe, c'est-à-dire qu'on donne le droit de gérance à l'entreprise, mais, en donnant ce droit de gérance, vous enlevez votre droit de gérance en même temps.

M. Gratton: On est minoritaire à 35 %. Je veux dire que je n'ai jamais vu nulle part un actionnaire minoritaire qui décide pour l'actionnaire majoritaire. Je ne suis pas intéressé à payer 55 % d'une étude de rentabilité pour simplement avoir le choix de la firme qui de toute façon va être la même parce qu'il y en a seulement deux ou trois qui font de ce genre d'étude de toute façon.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Oui. On est rendu à 51. Il n'y a rien à signaler à 51.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 52?

Mme Vermette: De 52 à 59, oui. De fait, on peut les prendre en bloc.

Le Président (M. Charbonneau): En bloc.

Mme Vermette: Pourrait-on savoir pourquoi il y a un écart assez considérable d'une région à

une autre? C'est en fonction de quel critère?

M. Gratton: Essentiellement, c'est le nombre de guides qui varie selon la fréquentation de chaque région. Ce sont les mêmes programmes, les mêmes normes pour tous sauf que le nombre est différent. Étant donné que notre aide financière se traduit par l'achat d'un certain nombre de guides touristiques, on achète le nombre qui nous est requis pour les fins du ministère.

Mme Vermette: Est-il possible d'avoir une copie...

M. Gratton: Des guides?

Mme Vermette: ... des guides et des demandes?

M. Gratton: Effectivement, j'ai demandé tantôt, et on va s'assurer que non seulement on fournit un exemplaire de chacun des guides... Il n'y en aura pas 18, parce qu'il y a une région qui n'en a pas. C'est inégal là aussi. Mais, de toutes les autres publications du ministère, on en fera un ensemble pour que vous puissiez en prendre connaissance.

Mme Vermette: D'accord. Donc, cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Cela va?

Mme Vermette: Cela va.

Le Président (M. Charbonneau): Il resterait l'engagement 60 pour terminer ce mois.

Mme Vermette: On est rendu à 59.

Le Président (M. Charbonneau): On n'avait pas fait 59? Alors, faisons 59.

Mme Vermette: C'était jusqu'à... Cela va pour l'engagement 59, il n'y a rien à signaler de toute façon, mais c'était simplement par... Le bloc était jusqu'à... C'est cela.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 60? Est-ce que cela va?

Mme Vermette: Oui, cela va.

Juillet

Le Président (M. Charbonneau): Alors, cela complète. Il vous reste les engagements du mois de juillet. Avec le consentement des membres de la commission, on va finir juillet. On aura complété tout le programme. Alors, engagement 27?

Mme Vermette: Oui. Peut-on avoir la liste des montants initiaux qui étaient donnés à chaque...

M. Gratton: Oui. On peut vous fournir cela. Je l'ai ici, oui, mais globalement, non pas pour chacune. Oui, je l'ai pour chacune. Est-ce que vous voulez...

Mme Vermette: La déposer.

M. Gratton: La déposer, oui.

Mme Vermette: S'il vous plaît. Cela va. Oui.

Le Président (M. Charbonneau): Engagement 28?

Mme Vermette: Engagements 28 à 35, M. le Président, il n'y a rien à signaler.

Le Président (M. Charbonneau): Bien. Engagement 36?

Mme Vermette: Oui, cela est intéressant. J'aimerais savoir quelle a été votre participation, M. le ministre, à ce congrès. Aviez-vous un rôle particulier à jouer à l'intérieur de ce congrès?

M. Gratton: Moi personnellement?

Mme Vermette: Oui.

M. Gratton: Aucun.

Mme Vermette: Je pensais que c'était pour vous refaire le côté social.

M. Gratton: Non...

Le Président (M. Charbonneau): Est-ce que cela va?

Mme Vermette: Est-ce que c'est un genre d'activité à laquelle vous vous engagez à participer un peu plus activement?

M. Gratton: C'est dans le cadre du programme d'aide aux congrès. Le ministère va souvent défrayer des dépenses de promotion, d'impression de brochures, de représentations à ces congrès pour obtenir la tenue d'un congrès au Québec. Par exemple, une délégation va assister à un congrès de telle association qui se tient en Autriche cette semaine pour pouvoir compter sur la présence de ce même congrès à Montréal dans quatre ans.

Mme Vermette: Est-ce que c'est parce que, comme zone touristique, on voudrait se démarquer comme zone dénucléarisée?

M. Gratton: Non, cela n'a rien à voir avec le sujet, mais uniquement avec les retombées économiques ou le nombre de congressistes et l'argent qu'ils vont nous laisser quand ils viendront à Montréal.

Mme Vermette: Je comprends très bien votre intention qui est...

M. Gratton: De la même façon, le congrès des gens se préoccupant du SIDA, on essaie de les intéresser pour les mêmes raisons aux retombées économiques, et non pas les retombées...

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 37?

Mme Vermette: Oui, pour l'engagement 36.

Le Président (M. Charbonneau): L'engagement 36, cela va? L'engagement 37?

Mme Vermette: L'engagement 37. Festival international de jazz. Quelle était la demande de cet organisme dans le cadre du Festival international de jazz de Montréal?

M. Gratton: Je ne pourrais pas le dire pour le cas spécifique. Mais cela me surprendrait beaucoup que la demande n'ait pas été supérieure aux 30 000 \$. La demande est toujours supérieure au montant qui avait été offert. Mais je peux vous dire que, dans ce cas-ci, le promoteur - d'ailleurs, j'ai vu des exemples - est très satisfait de l'implication du ministère.

Mme Vermette: Étant donné qu'ils sont très satisfaits, est-ce que vous comptez donner à peu près le même montant l'an prochain?

M. Gratton: Il est trop tôt pour en décider. En fait, de la même façon que pour le Carnaval de Québec, c'est sûr que, si le Festival international de jazz de Montréal venait nous faire part de son intention de faire un effort accru de promotion sur un marché donné, cela nous inciterait à réviser à la hausse notre contribution.

Mme Vermette: Ah bon. Ce qui veut dire que cela peut être...

M. Gratton: Cela s'applique à tout le monde.

Mme Vermette: Mais ce que j'ai plus de difficulté à accepter, c'est quand vous me dites qu'il est trop tôt pour arrêter votre décision, parce que, dans le fond, vous savez très bien que, dès que c'est terminé, c'est déjà en marché pour l'année suivante. Donc, c'est un an d'avance que cela se planifie.

M. Gratton: Oui, ils sont en train de planifier présentement. Mais, à ma connaissance, on n'est pas encore saisi d'une demande pour l'an prochain. Dès qu'on le sera, les préoccupations seront les mêmes, c'est-à-dire les retombées de l'événement, comme telles. D'ailleurs, dans le cas de tous ces événements on va tâcher

d'agir comme pour le Carnaval de Québec. Dans la mesure où on peut conclure des ententes de trois ans, on va le faire.

Mme Vermette: On a fait pas mal diligence pour arriver dans le temps. M. le ministre, est-ce que vous accorderiez certaines demandes spéciales qui ne sont pas vraiment... Cela serait la liste des ATR avec la liste de tous les membres qui sont à l'intérieur des ATR?

M. Gratton: C'est-à-dire la liste des membres, cela pourrait être difficile, mais des administrateurs, oui.

Mme Vermette: Pas des membres mais des gens qui sont des administrateurs, des présidents et leur adresse, si possible, et la liste des organismes, des associations d'hôtellerie et de la restauration. Est-ce que vous avez cela aussi?

M. Gratton: Oui, les associations sectorielles?

Mme Vermette: Oui, avec leur adresse aussi.

M. Gratton: Volontiers.

Mme Vermette: Les autres demandes, c'est ce qu'on avait fait. Je pense qu'elles ont été enregistrées entre-temps.

Le Président (M. Charbonneau): Mesdames, messieurs, cela complète le programme d'aujourd'hui pour la commission de l'économie et du travail. Je rappelle aux membres de la commission que, demain, nous allons étudier les engagements financiers du ministère de l'Industrie et du Commerce. Les travaux de la commissions sont ajournés à demain matin, 10 heures.

M. Gratton: M. le Président, avant qu'on ajourne, j'ai omis sciemment de mentionner au début de nos travaux l'arrivée au ministère du Tourisme de notre nouvel adjoint parlementaire en la personne du député de La Peltre. Si je n'ai pas voulu en parler au début, c'est que je voulais me réserver le soin de répondre aux questions du critique de l'Opposition officielle et des membres de la commission.

Mais, dorénavant, le député de La Peltre - je veux qu'on le sache - sera prêt à répondre à toutes les questions des membres en matière de tourisme à sa bonne guise.

Le Président (M. Charbonneau): Sur cette nouvelle intéressante, je vous remercie, M. le ministre, d'avoir participé aux travaux de la commission et ceux-ci sont ajournés à demain matin, 10 heures.

(Fin de la séance à 13 h- 5)