

**SOCIÉTÉ DES LOTERIES DU QUÉBEC**

**ÉTUDE DES CRÉDITS 2000-2001**

**QUESTIONS PARTICULIÈRES  
DE L'OPPOSITION OFFICIELLE**



**ÉTUDE DES CRÉDITS 2000-2001**  
**QUESTIONS PARTICULIÈRES DE L'OPPOSITION OFFICIELLE**

**SOCIÉTÉ DES LOTERIES DU QUÉBEC**

---

QUESTION	DESCRIPTION
22.	L'évaluation des revenus, par sources, de Loto-Québec depuis 1990.
60.	Liste des projets de promotion touristique à l'étranger en faveur des casinos québécois ventilés par régions du monde.
61.	Ventilation détaillée de la fréquentation et des dépenses effectuées aux casinos de Montréal, de Charlevoix et de Hull.
62.	Liste des études d'impact portant sur l'implantation de nouveaux casinos et leurs conclusions.

**QUESTION 22 - L'évaluation des revenus, par sources, de Loto-Québec depuis 1990.**

**L'ÉVOLUTION DES REVENUS, PAR SOURCES, DE LOTO-QUÉBEC DEPUIS 1990**

Progression des revenus bruts (en milliers de dollars)										
	1990-1991	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000 Probable
Loteries	1 273 922	1 315 949	1 327 830	1 409 416	1 494 131	1 574 159	1 570 052	1 597 013	1 668 625	1 735 000
Casinos				137 987	363 196	363 450	563 917	620 762	633 495	669 772
Resto				7 698	19 180	19 379	37 504	52 717	56 037	62 666
Loteries vidéo					59 634	310 580	466 286	585 431	767 969	908 452
Bingo								14 555	41 252	41 500
Multimédia										320
Elimination transactions intersociétés				(4 100)	(9 822)	(10 288)	(18 146)	(33 036)	(37 099)	(38 216)
<b>Total</b>	<b>1 273 922</b>	<b>1 315 949</b>	<b>1 327 830</b>	<b>1 551 001</b>	<b>1 926 319</b>	<b>2 257 280</b>	<b>2 619 613</b>	<b>2 837 442</b>	<b>3 130 279</b>	<b>3 379 494</b>

**QUESTION 22 - L'évaluation des revenus, par sources, de Loto-Québec depuis 1990.**

**ÉVOLUTION DU BÉNÉFICE NET, PAR SOURCES, DE LOTO-QUÉBEC DEPUIS 1990**

Progression du bénéfice net (en milliers de dollars)										
	1990-1991	1991-1992	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1995-1996	1996-1997	1997-1998	1998-1999	1999-2000 Probable
Loteries	443 689	460 712	457 477	471 166	480 638	505 136	502 155	489 018	481 652	477 698
Casinos				70 033	192 299	168 703	246 270	283 737	271 585	281 052
Resto				(3 982)	(4 808)	(5 858)	(9 649)	1 818	884	1 606
Loteries vidéo				(902)	18 360	140 415	243 276	315 353	444 114	539 939
Bingo								484	3 768	3 365
Multimédia										(4 791)
<b>Total</b>	<b>443 689</b>	<b>460 712</b>	<b>457 477</b>	<b>536 315</b>	<b>686 419</b>	<b>808 396</b>	<b>982 052</b>	<b>1 090 410</b>	<b>1 202 003</b>	<b>1 298 869</b>

**QUESTION 60 - Liste des projets de promotion touristique à l'étranger en faveur des casinos québécois ventilés par régions du monde**

**1999-2000**

**Etats-Unis**

**Publicité**

- |   |              |
|---|--------------|
| • Campagne publicitaire – Boston (Association avec Tourisme Montréal)   | Mai – juin   |
|   | Sept. – oct. |
| • Publipostage – Nouvelle Angleterre                                    | Septembre    |
| • Campagne publicitaire – Etats-Unis (Association avec Tourisme Québec) | Novembre     |
| • Publications spécialisées marché « trade » américain                  | Annuelle     |
| • Publications spécialisées marché joueurs – Nord-est américain         | Annuelle     |
| • Campagne aéroports (Montréal, Ottawa, Toronto)                        | Annuelle     |

**Relations de presse**

- |  |              |
|--|--------------|
| • Grand Prix du Canada   | Juin         |
| • Visite de presse internationale au Casino de Montréal                          | Avril - mars |
| • Sollicitation pour recevoir un journaliste pour qu'il visite les trois casinos | Mars         |
| • Travel Media Association of Canada   | Janvier      |

**Salons et sollicitations – Développement commercial**

- |  |          |
|--|----------|
| • Voyage de sollicitation – New York                                     | Avril    |
| • International Gay & Lesbian Travel Association (IGLTA) – Minneapolis   | Mai      |
| • Voyage de sollicitation - Boston                                       | Juin     |
| • Bienvenue Québec – Rencontre avec tours opérateur américains au Québec | Octobre  |
| • National Tour Association (NTA) – Nashville, TN                        | Novembre |
| • American Bus Association (ABA) – Birmingham, AL                        | Décembre |
| • Society of Incentive Travel Executives (SITE) – Las Vegas              | Décembre |
| • Receptive Services Association – New York                              | Février  |
| • Meeting Planners International (MPI) – Nashville, TN                   | Mars     |

**Commandites – Développement commercial**

- |  |           |
|--|-----------|
| • Incentive Travel & Meeting Executive (ITME)      | Septembre |
| • Promotion New-York                               | Avril     |
| • American Society of Association Executive (ASAE) |           |

**Ontario**

**Publicité**

- |  |               |
|--|---------------|
| • Publication touristique – Est de l'Ontario   | Été – Automne |
| • Publipostage – Est de l'Ontario  | Été           |
| • Publication Maritimes – Est de l'Ontario   | Été           |
| • Publicité Aéroport d'Ottawa  | Annuelle      |
| • Visibilité Centre Informations touristiques – Est de l'Ontario                                 | Annuelle      |
| • Campagnes publicitaires, région de la Capitale   | Annuelle      |
| • Intégration aux campagnes touristiques de l'administration du tourisme et des congrès d'Ottawa | Annuelle      |
| • Intégration aux campagnes touristiques de l'Association touristique de l'Est de l'Ontario      | Annuelle      |

**Salons et sollicitations – Développement commercial**

- |  |          |
|--|----------|
| • Canadian Meeting & Incentive Travel (CMIT) – Toronto | Août     |
| • Ontario Motorcoach Association (OMCA)                | Novembre |
| • Quebec Day – Toronto                                 | Février  |
| • Meeting Planners International (MPI) – Toronto       |          |

<b><u>Promotions – Consommateurs</u></b>		Oct. – Avril
• Forfaits – Sénateurs d'Ottawa – Ottawa		Mai – Août
• Promotion détaillants Doral – Ontario		Juin – Sept.
• Centre National des Arts – Ottawa		Juil. – Août
• Promotion Météo-Média incluant « Weather Channel » - Ontario/reste du Canada		
<b><u>Commandites – Développement commercial</u></b>		Février
• Quebec Day		Mars
• MPI		
<b><u>Commandites – Grands Publics</u></b>		Mai
• Festival Canadien des Tulipes		Juin
• Festival de courses de Bateaux Dragons		Juin
• Festival Franco-Ontarien		Juin
• La foire de Gloucester		Juillet
• Festival de jazz d'Ottawa		Juillet
• Ottawa Citizen Bluesfest		Juillet
• La Classique Équestre - Ottawa		Sept. – Oct.
• Coloris Automnal		Février
• Bal de Neige		
<b><u>Marchés outre-mer</u></b>		
<b><u>Salons et sollicitations – Développement commercial</u></b>		Avril
• Braztoa – Sao Paulo – Brésil		Avril
• Canada Workshop – Rio de Janeiro – Brésil & Buenos Aires – Argentine		Octobre
• Kanata – Tokyo et Oaska – Japon		Octobre
• Canada Showcase – Taipei – Taiwan & Hong Kong		Octobre
• Programme « Entry to Japan » en collaboration avec l'OTCA		
<b><u>TOUS LES MARCHÉS HORS-QUÉBEC</u> (Canada, Amérique, Europe et Asie)</b>		
<b>Promotions aux groupes et clients hors-Québec</b>		Octobre à avril
• Let's Make a Deal		
Certificat-cadeau de 15 \$		
Coupon Keno de 2 \$		
Coupon-rabais boutique de 15%		
Coupon différé de 10\$		
• Programme FIT		Octobre à avril
Certificat-cadeau de 10\$		
Coupon différé de 10 \$		
Cadeau-souvenir		
Priorité d'accès		
• Newsletter auprès des tours opérateurs et intermédiaires hors-Québec		2 fois/année
• Rabais Resto		12 mois – plan
Rabais de 10% sur le prix du buffet		
• Rabais Cabaret		12 mois – plan
Rabais de 10% sur le prix du repas spectacle		
<b><u>Salons et sollicitations – Développement commercial</u></b>		Mai
• Rendez-vous Canada – Québec		Septembre
• Bourse Québec/Ontario – Gaspésie		Octobre
• Bienvenue Québec – Montréal		
<b>Voyages de familiarisation</b>		Annuelle
• Accueil de 100 à 150 groupes par année en provenance des Etats-Unis, de l'Ontario, de l'Asie, de l'Amérique du Sud et de l'Europe		Avril
• Tournée de familiarisation de 30 opérateurs de tours de 11 pays différents		Avril
• Tournée de familiarisation d'hiver de 21 opérateurs de tours dans Charlevoix.		Hiver
Tours opérateurs canadiens et américains		

**QUESTION 61 - Ventilation détaillée de la fréquentation et des dépenses effectuées  
aux casinos de Montréal, de Charlevoix et de Hull**

Casino	Achalandage <sup>1</sup>	Nombre moyen de visites par visiteur <sup>2</sup>	Dépense moyenne par visite <sup>1</sup>
Montréal	6 112 989	5,4	74 \$
Hull	3 147 637	4,5	61 \$
Charlevoix	950 438	2,4	36 \$

<sup>1</sup> : Période considérée : 1<sup>er</sup> janvier 1999 au 31 décembre 1999

<sup>2</sup> : Période considérée : 1<sup>er</sup> juin 1998 au 31 mai 1999

**QUESTION 62 - Liste des études d'impact portant sur l'implantation de nouveaux casinos et leurs conclusions**

Nom de l'étude: Impact of availability on gambling : A longitudinal study

Auteurs : Christian Jacques, M.Ps.  
Robert Ladouceur, Ph.D.  
Francine Ferland, M.Ps.

Conclusion : L'étude établit un lien entre la venue du casino et une augmentation subséquente des niveaux de jeu auto-rapportés, mais il n'y a eu aucun changement dans le nombre d'individus rapportant des problèmes de jeu de la période pré-test à l'après-test. Par ailleurs, un suivi de ces individus sur une plus longue période serait requis.