

ÉTUDE DES CRÉDITS 2016-2017

RENSEIGNEMENTS PARTICULIERS

2^E OPPOSITION

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 01

Pour chacun des organismes, agences, ou autres relevant du ministère pour chacune des années financières pour 2015-2016, indiquer :

- a) la liste des employés et des membres du conseil d'administration, en indiquant le poste qu'ils occupent et leur rémunération;
- b) la liste des personnes qui ont été nommées ou qui ont vu leur mandat renouvelé en indiquant : leur nom, leur titre, la date du début et de la fin de leur mandat, leur rémunération et leur CV;
- c) leur frais de déplacement, de repas, de voyage et de représentation.

a) **Membres du Conseil d'administration**

Nom	Titre
Maya Raic	Présidente
Gaëtan Laflamme	Vice-président
Paul Arseneault	Membre
Pierre Dauphinais	Membre
Michel Labrecque	Membre
Mélanie La Couture	Membre
Martin Laurendeau	Membre
Sylvia Morin	Membre
Rosanna Pettinati	Membre
Suzie Pellerin ⁽¹⁾	Membre
Marie-Jacqueline Saint-Fleur	Membre

Notes

- (1) Mme Suzie Pellerin a agi à titre de membre du Conseil d'administration de la Régie des installations olympiques jusqu'au 14 décembre 2015, date à laquelle elle a démissionné.

Rémunération des membres du Conseil d'administration

La Régie des installations olympiques ne verse aucun salaire aux membres de son conseil d'administration.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 01

Pour chacun des organismes, agences, ou autres relevant du ministère pour chacune des années financières pour 2015-2016, indiquer :

- a) la liste des employés et des membres du conseil d'administration, en indiquant le poste qu'ils occupent et leur rémunération;
- b) la liste des personnes qui ont été nommées ou qui ont vu leur mandat renouvelé en indiquant : leur nom, leur titre, la date du début et de la fin de leur mandat, leur rémunération et leur CV;
- c) leur frais de déplacement, de repas, de voyage et de représentation.

- a) La liste des employés et des membres du conseil d'administration, en indiquant le poste qu'ils occupent et leur rémunération (voir organigramme de gestion en annexe)

Liste des membres du conseil	poste occupé	rémunération
Serge Ferland	Président	
P.-Michel Bouchard	Président-directeur général	180 911 \$*
Annie April	administrateur	
Olga Farman	administrateur	
Manon Gauthier	administrateur	
Sophie Gauthier	administrateur	
Gilles Hamel	administrateur	
Liliane Laverdière	administrateur	
Catherine Privé	administrateur	
Claude Rousseau	administrateur	
Louis St-Hilaire	administrateur	

Note : Les administrateurs ne reçoivent aucune rémunération à l'exception de M. P.-Michel Bouchard * 180 911 \$ en date d'aujourd'hui dont les conditions de travail sont déterminées en fonction du décret 1235-2011.

- b) la liste des personnes qui ont été nommées ou qui ont vu leur mandat renouvelé en indiquant : leur nom, leur titre, la date du début et de la fin de leur mandat, leur rémunération et leur CV ;leur frais de déplacement, de repas, de voyage et de représentation.

<u>Liste des membres du conseil</u>	<u>poste occupé</u>	<u>date de début de mandat</u>	<u>date de fin de mandat</u>
Serge Ferland	Président	2015-06-30	2020-06-29
Annie April	Nouvel administrateur	2015-06-30	2019-06-29
Olga Farman	Administrateur (Renouvelé)	2015-06-30	2019-06-29
Manon Gauthier	Administrateur (Renouvelé)	2015-06-30	2019-06-29
Sophie Gauthier	Nouvel administrateur	2015-09-30	2019-09-30
Gilles Hamel	Nouvel administrateur	2015-06-30	2019-06-29
Liliane Laverdière	Administrateur (Renouvelé)	2015-06-30	2019-06-29
Catherine Privé	Nouvel administrateur	2015-06-30	2019-06-29
Claude Rousseau	Administrateur (Renouvelé)	2015-06-30	2019-06-29
Louis St-Hilaire	Nouvel administrateur	2015-09-30	2019-09-30

- c) **Leurs frais de déplacement, de repas, de voyage et de représentation**

P.-Michel Bouchard : 14 373 \$ dont 6 101 \$ apparaît à même les sommes de la question 1 des renseignements généraux. Aucune dépense pour les autres membres du conseil d'administration

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 01

Pour chacun des organismes, agences, ou autres relevant du ministère pour chacune des années financières pour 2015-2016, indiquer :

- a) la liste des employés et des membres du conseil d'administration, en indiquant le poste qu'ils occupent et leur rémunération;
- b) la liste des personnes qui ont été nommées ou qui ont vu leur mandat renouvelé en indiquant : leur nom, leur titre, la date du début et de la fin de leur mandat, leur rémunération et leur CV;
- c) leur frais de déplacement, de repas, de voyage et de représentation.

Question RP2-01

Sujet : Agences

Liste des membres du conseil d'administration :

NOM	TITRE	RÉMUNÉRATION
Claude Liboiron	Président du conseil Ingénieur, Développement des affaires Les Services EXP Inc.	Aucune
Suzanne Landry	Professeure – Service de l'enseignement des sciences comptables HEC Montréal	Aucune
Carol A. Fitzwilliam	Présidente Fitzwilliam Recrutement Juridique Inc.	Aucune
Claude Guay	Associé sectoriel, Québec IBM Services d'affaires mondiaux	Aucune
Raymond Larivée	Président-directeur général Société du Palais des congrès de Montréal	192 748 \$
Céline Gamache	Directrice aux services conseil Prud'Homme Groupe-Conseil	Aucune
Yves Lalumière	Président-directeur général Tourisme Montréal	Aucune
Benoît Deshaies	Directeur Division Tourisme Investissement Québec	Aucune
Annie Tremblay	Présidente ESSENCE conseil stratégique Inc.	Aucune

Question RP2-01

Sujet : Agences

b) Liste des personnes qui ont été nommées ou qui ont vu leur mandat renouvelé en indiquant : leur nom, leur titre, la date du début et de la fin de leur mandat, leur rémunération et leur CV.

NOM	TITRE	DURÉE DU MANDAT	RÉMUNÉRATION
Céline Gamache (nouveau membre)	Directrice aux services conseil Prud'Homme Groupe-Conseil	4 novembre 2015 au 4 novembre 2019 (4 ans)	Aucune
Annie Tremblay (nouveau membre)	Présidente ESSENCE conseil stratégique Inc.	4 novembre 2015 au 4 novembre 2019 (4 ans)	Aucune
Benoît Deshaies (nouveau membre)	Directeur Division Tourisme Investissement Québec	22 avril 2015 au 22 avril 2018 (3 ans)	Aucune
Suzanne Landry (renouvellement)	Professeure – Service de l'enseignement des sciences comptables HEC Montréal	22 avril 2015 au 22 avril 2018 (3 ans)	Aucune
Carol A. Fitzwilliam (renouvellement)	Présidente Fitzwilliam Recrutement Juridique Inc.	22 avril 2015 au 22 avril 2018 (3 ans)	Aucune
Claude Guay (renouvellement)	Associé sectoriel, Québec IBM Services d'affaires mondiaux	22 avril 2015 au 22 avril 2018 (3 ans)	Aucune

c) Leur frais de déplacement, de repas, de voyage et de représentation : 36 605,10 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 02

Liste de toutes les formations (incluant les formations continues et celles menant à l'obtention d'une certification ou d'un diplôme), conférences, ateliers, journées d'activités, activités de développement, sommets, congrès ou autres activités auxquels ont participé les employés du ministère et des organismes qui en relèvent au cours de l'année 2015-2016. Indiquer :

- a) le lieu;
- b) le coût;
- c) la ou les dates de participation;
- d) le nombre de participants;
- e) le nom de la personne ou de l'organisme ayant offert l'activité;
- f) le nom de la formation ou de l'activité.

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Adobe - Photoshop avancé	1	Institut Communications graphiques du Qc (ICGQ)	1 décembre 2015	999, avenue Émile-Journault Est, Montréal	675,00 \$
Adobe - Indesign Module 2 avancé	3	AFI Expertise	30 septembre 2015	Ministère du Tourisme 900, boulevard René-Lévesque Est, 3e étage Québec	1 970,00 \$
Adobe InDesign - Mise en page	2	Institut Communications graphiques du Qc (ICGQ)	23 octobre 2015	Institut des communications graphiques et de l'imprimabilité 999, rue Émile-Journault Est, Montréal	1 800,00 \$
Adobe Première	2	Jfi Média Com	21 octobre 2015	Jfi Média 4949, boulevard Métropolitain, suite 110 Montréal	1 500,00 \$
Amélioration des processus Lean	1	CSPQ - Centre de services partagés du Québec	28 octobre 2015	Université Laval Pavillon La Laurentienne, local 2435, Québec	784,00 \$
ATE-19 SGR3 - Fermeture annuelle	2	CSPQ - Centre de services partagés du Québec	10 février 2016	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$
ATE-58 SGR3 - Dotation en ligne - Emplois en ligne	2	CSPQ - Centre de services partagés du Québec	25 août 2015	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$
ATE-59 SGR3 - Présentation du matériel d'implantation - Emplois en ligne	2	CSPQ - Centre de services partagés du Québec	25 août 2015	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$
ATE-62 SGR3 - Processus affectation/mutation - Emplois en ligne	1	CSPQ - Centre de services partagés du Québec	17 août 2015	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
ATE-63 SGR3 - Stratégie de formation - Emplois en ligne	2	CSPQ - Centre de services partagés	2 septembre 2015	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$
ATE-65 SGR3 - Processus repérage/nomination - Emplois en ligne	2	CSPQ - Centre de services partagés	21 septembre 2015	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$
ATE-67 SGR3 - Atelier questions/réponses - Emplois en ligne	1	CSPQ - Centre de services partagés	18 septembre 2015	CSPQ - 150, boulevard René-Lévesque Est Québec	- \$
Certificat en anglais (4129)	1	Université du Québec à Montréal (UQAM)	14 janvier 2016	Université du Québec à Montréal (UQAM) 405, rue Sainte-Catherine Est, Montréal	345,65 \$
Certificat en gestion des ressources humaines - Gestion de la discipline et négociation collective	1	Université du Québec à Rimouski (UQAR)	1 septembre 2015	1595, boulevard Alphonse-Desjardins, Lévis	229,35 \$
CH185F - Préparer sa transition d'employé à un poste de supervision et de gestion	1	Technologia Formation	11 novembre 2015	440, boulevard René-Lévesque Ouest, Montréal	817,10 \$
Colloque annuel de la Société québécoise d'évaluation de programme de Québec	1	Société québécoise d'évaluation de programme	16 octobre 2015	ÉNAP - 555 boulevard Charest Est, Québec	- \$
Communication non verbale	1	Association des conseillers en gestion des ressources humaines	25 novembre 2015	900, Place d'Youville, 6e étage, Salle Diane-Paré-Bourgault, Québec	- \$
Conférence - Développer son agilité et celle de l'organisation - Comment y parvenir avec succès	18	CFC	29 avril 2015	Ministère du Tourisme, 900, boulevard René-Lévesque Est, 4e étage, Québec	2 350,75 \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Congrès 2015 de l'Ordre des conseillers en ressources humaines	1	Ordre des conseillers en ressources humaines CRHA	6 octobre 2015	Centre des congrès de Québec 900, boulevard René-Lévesque Est, Québec	1 275,00 \$
Consolidation d'équipe : pour bien garnir votre coffre à outils	1	Multi Aspects Groupe Inc.	10 décembre 2015	Commission des normes, de l'équité, de la santé et de la sécurité du travail 524, rue Bourdages, Québec	495,00 \$
Cours de langue - Espagnol niveau 1	1	Association Récréative Milton-Parc	27 janvier 2016	3555, rue St-Urbain, Montréal	112,00 \$
Cours de langue espagnole	1	Association sportive et communautaire Centre-Sud	22 septembre 2015	2093, rue de la Visitation, Montréal	95,68 \$
Cours de langue seconde : anglais écrit	1	Services de formation linguistique À propos	2 juin 2015	1340, rue des Pluviers, Longueuil	343,95 \$
Effective speaking	1	Université Concordia	11 janvier 2016	Université Concordia 7141, rue Sherbrooke Ouest, Montréal	390,00 \$
Étude de crédits	3	Ministère du Tourisme	22 mars 2016	Ministère du Tourisme 1255, rue Peel, 5e étage, Montréal	- \$
Études de crédits	7	Ministère du Tourisme	21 mars 2016	Ministère du Tourisme 900, boulevard René-Lévesque Est, Québec	- \$
Évaluation emplois de cadres	1	Secrétariat du Conseil du trésor	17 novembre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Formation en santé psychologique	1	Secrétariat du Conseil du trésor	7 octobre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Formation en santé psychologique	1	Secrétariat du Conseil du trésor	28 octobre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Formation en santé psychologique	1	Secrétariat du Conseil du trésor	4 novembre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Formation technique de Radware (Alteon Waf) - Produit de sécurité	1	Sécurité Above Inc.	10 novembre 2015	Ministère du Tourisme 1255, rue Peel, 5e étage, Montréal	15 720,00 \$
Formation Vcloud-Director (compréhension et fonctionnement)	2	TechnoConseil TC inc.	16 juillet 2015	Ministère du Tourisme 900, boulevard René-Lévesque Est, 3e étage, Québec	616,00 \$
Formation virtuelle - Office 2010 - autoapprentissage	2	Ministère du Tourisme	21 mai 2015	Ministère du Tourisme 900, boul. René-Lévesque Est, 3e étage, Québec	- \$
Formation virtuelle - Office 2010 - autoapprentissage	3	Ministère du Tourisme	26 mai 2015	Ministère du Tourisme 900, boul. René-Lévesque Est, 3e étage, Québec	- \$
Formation Webinaire de travaux de construction - la gestion des contrats	1	Secrétariat du Conseil du trésor	5 octobre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Formation Webinaire de travaux de construction - la gestion des contrats	1	Secrétariat du Conseil du trésor	13 octobre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Formation Webinaire de travaux de construction - modes d'adjudication	1	Secrétariat du Conseil du trésor	5 octobre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Formation Webinaire de travaux de construction - modes d'adjudication	1	Secrétariat du Conseil du trésor	13 octobre 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Forum des jeunes - Colloque 2015	5	Forum des jeunes de la fonction publique québécois	5 mai 2015	Université Laval Pavillon Alphonse-Desjardins, 2325, rue de l'Université, Québec	367,43 \$
GE323 - Finance pour gestionnaires non financiers II	9	Technologia Formation	5 novembre 2015	Ministère du Tourisme 900, boulevard René-Lévesque Est, 3e étage, Québec	5 000,00 \$
Gérer le temps et les priorités	2	CSPQ - Centre de services partagés du Québec	12 février 2016	880, chemin Sainte-Foy Québec	624,59 \$
Gestion du temps, des activités et des priorités	1	Formation Qualitemps	24 février 2016	1001, route de l'Église, bureau 306 Québec	365,26 \$
Habiletés gestion : les incontournables	17	Université Laval	29 septembre 2015	Ministère du Tourisme 900, boul. René-Lévesque, 4e étage Québec	3 978,84 \$
Initiation à la statistique élémentaire + le sens caché des données d'enquête	2	Statistique Canada	14 mars 2016	Statistique Canada 200, boul. René-Lévesque Ouest Montréal	2 667,42 \$
Initiation Comité santé et sécurité au travail	4	APSSAP (Association paritaire santé et sécurité)	7 mai 2015	Ministère du Tourisme 900, boulevard René-Levesque Est, 4e étage Québec	- \$
Inspection et enquête d'accidents	1	APSSAP (Association paritaire santé et sécurité)	4 juin 2015	APSSAP 1220, boulevard Lebourgneuf Québec	12,57 \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Introduction au logiciel SAS	1	Services conseils Hardy - Expert SAS	9 mars 2016	55, rue Molière, suite 115 Montréal	1 421,66 \$
Journée conférence - Club des utilisateurs SAS de Québec	1	SAS	29 octobre 2015	Université Laval, Pavillon Palasis-Prince Salle IBM (local 0610) Québec	- \$
Le climat au travail : c'est l'affaire de tous!	20	Alia Conseil	26 janvier 2016	Ministère du Tourisme 900, boulevard René-Lévesque Est, 4e étage, Québec	1 707,75 \$
Le sens caché des données d'enquête	1	Statistique Canada	15 mars 2016	Statistique Canada 200, boul. René-Lévesque Ouest Montréal	1 407,85 \$
Maîtrise en administration des affaires - Analytiques Web	1	Université Laval	1 septembre 2015	Université Laval 2325, rue de l'Université Québec	229,35 \$
Maîtriser son temps avec Outlook	1	Formation Qualitemps	19 janvier 2016	32, Le Moyne Ouest, Longueuil	282,57 \$
Microsoft Office Access 2010 - Module 1 : Comprendre Access	2	Multi-Hexa	7 mars 2016	330, rue St-Vallier Est, Québec	450,00 \$
Modification au cadre légal - dotation des emplois	1	Secrétariat du Conseil du trésor	3 juin 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Modification au cadre légal - dotation des emplois	2	Secrétariat du Conseil du trésor	4 juin 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$
Modification au cadre légal - dotation des emplois	1	Secrétariat du Conseil du trésor	9 juin 2015	Secrétariat du Conseil du Trésor 875, Grande-Allée Est, Québec	- \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
PER-722 PCO : Jouer efficacement son rôle de contrôleur de projet	1	ÉTS École de technologie supérieure	26 octobre 2015	1100, rue Notre-Dame Ouest, Montréal	797,00 \$
Preuve et méthodologie des enquêtes administratives et pénales	1	Centre de leadership et de développement des compétences	22 septembre 2015	Université Laval 2325, rue de l'Université Québec	862,71 \$
Prévenir et résoudre des conflits	1	CFC	17 novembre 2015	Domaine Catariqui 2141, chemin Saint-Louis, Québec	430,65 \$
Programmation HTML - module 1 Base	1	AFI Expertise	15 mars 2016	AFI Expertise, bureau 1205 1100 Boulevard René-Lévesque Ouest Montréal	850,00 \$
Programme court en géographie humaine - Introduction à la géographie urbaine	1	Télé-Université - TÉLUQ	8 septembre 2015	À distance TÉLUQ - 5800, rue Saint-Denis, bureau 1105 Montréal	229,35 \$
Programme d'apprentissage pour le personnel professionnel - chefs d'équipe	1	ÉNAP - École nationale d'administration publique	19 septembre 2015	École nationale d'administration publique 555, boulevard Charest Est, Québec	3 400,00 \$
Programme de préparation à la retraite	1	Cégep Marie-Victorin	10 juin 2015	Collège Marie-Victorin 7000, rue Marie-Victorin, Montréal	331,09 \$
Programme de préparation à la retraite	1	Cégep Marie-Victorin	14 octobre 2015	Collège Marie-Victorin 7000, rue Marie-Victorin, Montréal	250,00 \$
Programme de préparation à la retraite	1	Cégep Marie-Victorin	15 octobre 2015	Commission Scolaire Vallée-des-Tisserands alle La Tisserande, Beauharnois	297,87 \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Programme de préparation à la retraite	3	Cégep Marie-Victorin	17 novembre 2015	Cégep Sorel-Tracy, campus de Varennes - 1555, boulevard Lionel-Boulet, Varennes	810,10 \$
Programme de préparation à la retraite	1	Cégep Marie-Victorin	19 novembre 2015	Cégep Marie-Victorin/pavillon Bélanger 767, rue Bélanger Mtl	250,00 \$
Programme de préparation à la retraite	1	Commission scolaire de la Capitale	24 septembre 2015	Centre Louis-Jolliet 1201, rue de la Pointe-aux-Lièvres, Québec	250,00 \$
Programme de préparation à la retraite	1	Commission scolaire de la Capitale	17 novembre 2015	Centre Louis-Jolliet 1201, rue de la Pointe-aux-Lièvres, Québec	271,95 \$
Programme gouvernemental (PGAGL)	3	ÉNAP - École nationale d'administration publique	5 mai 2015	École nationale d'administration publique, 555, boul. Charest Est, Québec	4 149,38 \$
Rédaction efficace d'un document d'analyse	1	AFI Expertise	17 février 2016	AFI Expertise, bureau 1205 1100 Boulevard René-Lévesque Ouest Montréal	405,00 \$
Revue des concepts fondamentaux en gestion intégrée des risques	1	Ordre des comptables professionnels agréés	12 mai 2015	Hôtel Québec, 3115 Avenue des Hôtels, Sainte-Foy	530,24 \$
Revue des jugements manquants en 2015	2	Regroupement de réseaux en santé des personnes au travail	17 mars 2016	Tribunal administratif du travail 900, Place d'Youville, 6e étage, Québec	- \$
Secourisme en milieu de travail	1	Centre de formation - Coopérative des Paramédics	21 mai 2015	515, rue de la Briquette, Dégelis	104,00 \$
Secourisme en milieu de travail	1	Centre de formation en secourisme de Québec	8 juin 2015	Restaurant Normandin 15021, boulevard Henri-Bourassa Québec	104,00 \$

Question RP2-02 Sujet : Formations

Activité	Nombre de participants	Fournisseur	Date de début de l'activité	Lieu de l'activité	Coûts (directs et indirects)
Secourisme en milieu de travail	1	Centre de formation en secourisme de Québec	2 février 2016	Restaurant Normandin 15021, boulevard Henri-Bourassa Québec	43,98 \$
Secourisme en milieu de travail	1	Centre de formation en secourisme du Québec	7 décembre 2015	Restaurant Normandin 15021, boulevard Henri-Bourassa Québec	104,00 \$
Secourisme en milieu de travail	1	Formation Langevin	5 juin 2015	Aréna St-Timothée 4949, boulevard Hébert Sallaberry-de-Valleyfield	165,47 \$
Secourisme en milieu de travail	1	Formation Langevin	10 juin 2015	190, rue Valois, Vaudreuil-Dorion	104,00 \$
WE177F - Responsive Web Design	3	Technologia Formation	13 octobre 2015	440, boulevard René-Lévesque Ouest Montréal	2 269,33 \$
WE155F - Web analytique et Google Analytics débutant	1	Technologia Formation	1 décembre 2015	440, boul. René-Lévesque Ouest, 5e étage Montréal	405,87 \$
Webinaire : Améliorer ses tactiques SEO pour rester concurrentiel localement	1	Groupe InfoPresse	22 mars 2016	En ligne - atelier sur le Web 4316, boulevard St-Laurent, Montréal	149,00 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 03

Sommes dépensées en 2015-2016 (et prévisions pour 2016-2017) par le Ministère et chacun de ces organismes pour l'informatique et les technologies de l'information. Ventiler selon la catégorie de dépenses, soit s'il s'agit d'achat de logiciels ou de licences, de matériel ou de services professionnels (interne, externe ou du CSPQ).

Dépenses en informatique et technologies de l'information	Dépenses 2015-2016
– Achat de logiciels ou de licences	110 895 \$
– Achat de matériel	140 433 \$
– Services professionnels :	
• Externes (2015-2016)	3 362 378 \$
• CSPQ (2015-2016)	132 800 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 03

Sommes dépensées en 2015-2016 (et prévisions pour 2016-2017) par le Ministère et chacun de ces organismes pour l'informatique et les technologies de l'information. Ventiler selon la catégorie de dépenses, soit s'il s'agit d'achat de logiciels ou de licences, de matériel ou de services professionnels (interne, externe ou du CSPQ).

Question RP2-03 Sujet : Informatique

Dépenses d'exploitation

	Réel 2014-2015 (\$)
Services professionnels internes (traitements)	548 037 \$
Service – Maintenance informatique	214 844 \$
Service – Support informatique	35 879 \$
Service – Frais récurrents et licences	75 192 \$
Matériaux – Divers	46 \$
Progiciels et logiciels corporatifs	4 752 \$
Équipement informatique	20 500 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 03

Sommes dépensées en 2015-2016 (et prévisions pour 2016-2017) par le Ministère et chacun de ces organismes pour l'informatique et les technologies de l'information. Ventiler selon la catégorie de dépenses, soit s'il s'agit d'achat de logiciels ou de licences, de matériel ou de services professionnels (interne, externe ou du CSPQ).

Question RP2-03 Sujet : Informatique

Dépenses informatiques

Services professionnels (services externes)	18 174,32 \$
Licences	47 251,77 \$
Logiciels	12 120,91 \$
Matériel	9 755,35\$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 03

Sommes dépensées en 2015-2016 (et prévisions pour 2016-2017) par le Ministère et chacun de ces organismes pour l'informatique et les technologies de l'information. Ventiler selon la catégorie de dépenses, soit s'il s'agit d'achat de logiciels ou de licences, de matériel ou de services professionnels (interne, externe ou du CSPQ).

Question RP2-03 Sujet : Informatique

Catégorie de dépenses (en milliers de dollars)	2015-2016
Rémunération du personnel	770,2
Frais connexes	334,0
Services externes	74,7
Télécommunications	205,0
Acquisitions :	
- équipements informatiques	182,2
- achat de logiciels et licences	193,3
- modifications des applications	400,3
- infrastructure réseau	95,8

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 04

Liste de tous les comités interministériels ou impliquant d'autres partenaires auxquels a participé le ministère en 2015-2016, en indiquant pour chacun :

- a) son mandat;
- b) la liste des membres;
- c) le budget dépensé;
- d) le montant ventilé pour les frais de déplacement, de repas ou autres;
- e) les résultats atteints.

Question RP2-04 Sujet : Comités interministériels

Comité	Mandats
Comité ad hoc pour préparer un appel d'offres public portant sur la mise en œuvre des programmes de signalisation touristique	<ul style="list-style-type: none"> Préparer, conjointement avec le ministère des Transports, de la mobilité durable et de l'Électrification des transports (MTMDET), un appel d'offres public et un projet de contrat pour la mise en œuvre des programmes de signalisation touristique à partir du 1^{er} avril 2016.
Comité concertation navigation (CCN)	<ul style="list-style-type: none"> Ce comité est sous la responsabilité du MTMDET. Ce dernier a notamment pour mandat le suivi de la Stratégie de navigation durable pour le Saint-Laurent et du plan d'action qui en découle.
Comité consultatif du Fonds Tourisme PME	<ul style="list-style-type: none"> Gestion du Fonds Tourisme PME.
Comité consultatif Nord	<ul style="list-style-type: none"> Coordination et mise en œuvre de la stratégie touristique au Nord du 49^{ième} parallèle.
Comité consultatif Stratégie maritime – volet tourisme	<ul style="list-style-type: none"> Soutenir la mise en œuvre des orientations retenues et servant d'assises à la mise en œuvre du Plan d'action 2015-2020 associé au volet tourisme de la Stratégie maritime. Bonifier les mécanismes de déploiement des livrables retenus dans le cadre de la mise en œuvre du volet tourisme de la Stratégie maritime ainsi que suggérer des ajustements à apporter dans le cadre dudit processus de mise en œuvre. Agir comme porte-parole de leur organisation ou réseau respectif, assurer la liaison avec leur réseau respectif et veiller à ce que la mise en œuvre du volet tourisme de la Stratégie maritime puisse bénéficier des expertises de ce dernier.
Comité de recherche de la Commission canadienne du tourisme (CCT)	<ul style="list-style-type: none"> Le Comité de recherche est un comité avisé qui a pour mandat de fournir des recommandations au Conseil d'administration de la CCT sur les orientations de la CCT en matière de recherche en tourisme.
Comité directeur du projet d'agrandissement du Palais des congrès de Montréal	<ul style="list-style-type: none"> Superviser l'élaboration du Dossier d'opportunité (DO), tel que prévu à la Directive sur la gestion des projets majeurs d'infrastructure publique.
Comité gourmand de Tourisme Montréal	<ul style="list-style-type: none"> Réunir les acteurs de l'industrie de la restauration, du tourisme et de la gastronomie afin d'orienter Tourisme Montréal dans ses actions stratégiques visant à accroître le rayonnement du Montréal gastronomique sur les marchés géographiques prioritaires. Structurer et solidifier ce produit d'appel afin de permettre à l'ensemble des acteurs de l'industrie touristique montréalaise de bénéficier davantage de l'effervescence liée à ce produit et de positionner Montréal comme ville gastronomique de renom.
Comité interministériel de la Route Verte	<ul style="list-style-type: none"> Suivre l'évolution des travaux relatifs à l'état d'avancement de la Route verte au Québec.

Comité	Mandats
Comité interministériel Transports/Tourisme sur les programmes de signalisation touristique	<ul style="list-style-type: none"> • Discuter des projets conjoints à caractère touristique et établir une position gouvernementale sur les sujets discutés au Comité directeur Transports/Tourisme/ATR associées du Québec. • Aborder tous les aspects de la mise en œuvre des programmes de signalisation touristique confiée à un mandataire et définir une position commune envers le mandataire. • Établir un plan d'action sur l'utilisation des revenus générés par les programmes de signalisation touristique. • Choisir les projets à financer par le portefeuille de signalisation constitué des redevances versées par ATR associées du Québec au ministère du Tourisme du Québec (MTO) et au ministère des Transports (MTQ) en vertu du contrat de concession pour la mise en œuvre des programmes de signalisation touristique.
Comité stratégique des croisières internationales (région de Québec)	<ul style="list-style-type: none"> • Échanger sur les enjeux et avenues de développement des croisières internationales pour la région de Québec.
Comités associés au Forum des partenaires de la recherche en tourisme	<ul style="list-style-type: none"> • Faire le point sur les enquêtes et les recherches dans le secteur touristique au Canada.
Conseil d'administration du Conseil québécois des ressources humaines en tourisme (CQRHT)	<ul style="list-style-type: none"> • Participer à titre de membre non votant aux rencontres du conseil d'administration du CQRHT.
Créneau Accord Tourisme nordique Nunavik	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter les programmes d'aide financière.
Créneau Accord Tourisme nordique Nunavik	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de la stratégie de développement et de marketing du Nunavik.
Forum des croisières internationales (région de Québec)	<ul style="list-style-type: none"> • Échanger sur les enjeux et avenues de développement des croisières internationales pour la région de Québec.
Groupe de concertation sur l'agrotourisme et le tourisme gourmand au Québec	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir et favoriser le développement de l'agrotourisme et du tourisme. • gourmand au Québec en privilégiant la collaboration ou la concertation avec les acteurs du milieu.
Groupe de travail en tourisme issu du Sommet économique du Saguenay-Lac-Saint-Jean	<ul style="list-style-type: none"> • Rassembler les principaux acteurs touristiques régionaux afin d'agir sur la structuration de l'offre et de la mise en marché de la région, notamment par la mise sur pied d'une offre de forfaitisation concertée.
Groupe de travail fédéral-provincial-territorial (FPT) sur le marché américain	<ul style="list-style-type: none"> • Le mandat du groupe de travail sur le marché américain est de faire part de ses conclusions et de donner des conseils stratégiques au Comité des sous-ministres afin qu'il puisse indiquer aux ministres du tourisme comment les organisations FPT responsables du marketing peuvent harmoniser leurs stratégies et leurs ressources financières pour collaborer sur le marché américain et contribuer à la croissance de l'industrie du tourisme au Canada.

Question RP2-04 Sujet : Comités interministériels

Comité	Mandats
Groupe de travail mixte Tourisme culturel et événementiel	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre à jour et valider un état des lieux servant d'assise à l'élaboration d'une proposition de stratégie d'ensemble de mise en valeur du tourisme culturel et événementiel. • Concevoir une proposition de stratégie d'ensemble de mise en valeur du tourisme culturel et événementiel et proposer des modes d'intervention pour développer et organiser l'offre. • Recommander les produits à fort potentiel et les mesures qui permettront d'atteindre les cibles du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 et du Plan d'action 2016-2020. • Appuyer les entreprises, enrichir les régions. • Formuler des propositions à l'égard des conditions de réalisation de la future stratégie.
Groupe de travail mixte Tourisme de nature et d'aventure	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre à jour et valider un état des lieux servant d'assise à l'élaboration d'une proposition de stratégie d'ensemble de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure. • Concevoir une proposition de stratégie d'ensemble de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure et proposer des modes d'intervention pour développer et organiser l'offre. • Recommander les produits à fort potentiel et les mesures qui permettront d'atteindre les cibles du Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 et du Plan d'action 2016-2020. • Appuyer les entreprises, enrichir les régions. • Formuler des propositions à l'égard des conditions de réalisation de la future stratégie.
Groupe de travail sur le renouvellement de l'entente MTO-ATR	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration d'une nouvelle entente de partenariat MTO-ATR 2016-2019. • concernant la relation d'affaires et le soutien financier des associations touristiques régionales (ATR).
Groupe de travail sur le renouvellement de l'entente MTO-ATS	<ul style="list-style-type: none"> • Élaboration d'une nouvelle entente de partenariat MTO-ATS 2016-2019. • concernant la relation d'affaires et le soutien financier des associations touristiques sectorielles (ATS).
Créneau Accord Tourisme d'aventure et écotourisme –Saguenay-Lac-Saint-Jean	<ul style="list-style-type: none"> • ?
Parcours de formation nature et aventure du CQRHT – Comité d'orientation	<ul style="list-style-type: none"> • Participer aux travaux du comité d'orientation du projet afin de recruter et sélectionner les fournisseurs, d'adapter les contenus de formation, de valider les outils d'évaluation et de suivre la mise en œuvre des projets.
Parcours de formation nature et aventure du CQRHT – Présentation du diagnostic nature et aventure	<ul style="list-style-type: none"> • Présenter le diagnostic nature et aventure, les stratégies et les programmes d'aide financière.
Renouvellement de la Politique culturelle du Québec	<ul style="list-style-type: none"> • Travailler avec le MCC au renouvellement de la Politique culturelle du Québec. Cette politique étant de portée gouvernementale, la prise en compte des préoccupations de tous les ministères et organismes concernés apparaît nécessaire.

Question RP2-04 Sujet : Comités interministériels

Comité	Mandats
Réseau de connaissances stratégiques en tourisme (RCST) et ses sous-groupes de travail	<ul style="list-style-type: none"> Conseiller le ministère du Tourisme sur les besoins de l'industrie en matière de connaissances stratégiques et de recherche.
Réseau performance en tourisme destiné aux Associations touristiques sectorielles (ATS)	<ul style="list-style-type: none"> Le Réseau performance ATS regroupe 13 ATS qui se réunissent trois fois par année. Le réseau est animé par le Mouvement québécois de la qualité en collaboration avec le MTO. Il se veut un lieu d'échange et de partage des connaissances afin d'améliorer la performance organisationnelle des participants.
Réseau performance en tourisme destiné aux entreprises touristiques	<ul style="list-style-type: none"> Le Réseau performance entreprises regroupe une douzaine d'entreprises touristiques qui se réunissent sur deux jours, deux à trois fois par année. Le réseau est animé par le Mouvement québécois de la qualité en collaboration avec le MTO. Il se veut un lieu d'échange et de partage des connaissances afin d'améliorer la performance organisationnelle des participants.
Table d'accompagnement Conseil des entreprises en développement durable	<ul style="list-style-type: none"> Groupe de concertation dont les membres mettent en commun leurs ressources, leurs expertises et leurs réseaux pour aider les entreprises québécoises à prendre le virage du développement durable.
Table de concertation en adéquation formation-emploi (engagement dans le cadre de la Stratégie maritime)	<ul style="list-style-type: none"> Échanger sur les enjeux et avenues de développement en matière d'adéquation formation-emploi pour les secteurs identifiés à la Stratégie maritime et déterminer un plan d'action destiné à assurer une meilleure adéquation entre les besoins de main-d'œuvre qualifiée et l'offre de la formation et le soutien au développement des compétences pour ces secteurs.
Table sectorielle en agrotourisme et mise en marché de proximité (TAMMP) du MAPAQ	<ul style="list-style-type: none"> Favoriser la concertation et l'échange d'information entre les directions régionales et centrales du ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation (MAPAQ), de même qu'avec les partenaires gouvernementaux concernés. Accroître la rentabilité et la compétitivité des entreprises et contribuer à la diversification de l'offre touristique des régions.
Table stratégique d'échanges	<ul style="list-style-type: none"> Espace de concertation de haut niveau; les discussions portent sur les grandes orientations stratégiques en développement de l'offre touristique et en promotion.
Table sur l'aide au développement économique / Comité Concertation	<ul style="list-style-type: none"> Réflexion sur l'organisation et la nature de l'intervention de l'État en matière de développement économique.
Table sur l'aide au développement économique/Équipe projet et comité investissement	<ul style="list-style-type: none"> Réflexion sur l'organisation et la nature de l'intervention de l'État en matière de développement économique.

Pour ces rencontres, les dépenses ont totalisé 11 710 \$

La liste des mandats ainsi que les résultats seront rendus disponibles sur demande.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 05

Nombre et pourcentage d'employés occasionnels par secteurs au ministère et dans chaque organisme qui en relève en 2015-2016 et comparaison avec les cinq années financières précédentes. Préciser pour chaque secteur et pour chaque année le nombre et le pourcentage d'employés devenus permanents.

Question RP2-05 Sujet : Employés occasionnels

2015-2016, total 234 employés au 31 mars

Direction	Nombre d'occasionnels	Pourcentage
Direction de la promotion et de la mise en marché	3	1,3 %
Direction de l'accueil touristique et de l'animation numérique	26	11,1 %
Sous-ministériat à l'accueil et au marketing	1	0,4 %
Direction des ressources informationnelles	1	0,4 %
Secrétariat général	1	0,4 %
Total	32	13,6 %

3 personnes ont été nommées temporaire (Direction de la promotion et de la mise en marché, Direction de l'accueil touristique et de l'animation numérique) pour un pourcentage de 9,4% des personnes occasionnelles.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 06

Copie et détail de toute demande de réduction, de consolidation, d'optimisation des ressources et de moyens ou de compressions de dépenses, reçue par le ministère ou l'organisme qui en relève en 2015-2016. Fournir l'ensemble des échanges, correspondances ou autres à ce sujet.

Question RP2-06 Sujet : Compression de dépenses

La réponse à cette question est transmise par le Secrétariat du Conseil du trésor.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 07

Liste et copie de tous les sondages effectués par le ministère et par chaque organisme qui en relève en 2015-2016, en indiquant les coûts, le sujet et, le cas échéant, la firme retenue pour le réaliser.

Question RP2-07 Sujet : Sondages

1. Sondage annuel sur la perception de la clientèle concernant la qualité des services offerts dans les centres Infotouristes mené auprès des répondants venus au Québec.
Coûts : 165, 94 \$ pour les frais d'impression du carton de sondage
Fournisseur : Travaux à l'interne
2. Évaluation de la campagne estivale 2015 sur les marchés des États-Unis, de l'Ontario et de la France
Coût : 27 170 \$ (incluant sondage, évaluation et rapport final)
Fournisseur : Centre des services partagés (en contrat avec Infras Information Recherche et Analyse de la Société Inc.)
3. Évaluation de la campagne été 2015 sur le marché québécois.
Coût : 14 000 \$ (incluant sondage, évaluation et rapport final)
Fournisseur : Léger Marketing
4. Évaluation de la campagne hiver 2015-2016 sur le marché de la France
Coût : 19 900 \$ (incluant sondage, évaluation et rapport final)
Fournisseur : Léger Marketing
5. Sondage auprès des clients du service d'envoi postal de documentation touristique de la Direction de l'accueil touristique et de l'animation numérique
Sujet : connaître le profil des clients demandeurs de documentation touristique imprimée, leur motivation, leur utilisation de la documentation des documents reçus, leur connaissance et intérêt pour des brochures numériques, etc.
Coût : sans frais (réalisation à l'interne – sondage Web)
Fournisseur : Travaux à l'interne
6. Portrait et analyse des services d'accueil hors- les- murs expérimentés au Québec
Sujet : Recensement, portrait et analyse de la performance des services d'accueil hors les murs des installations physiques des lieux d'accueil et de renseignements touristiques au Québec. Échantillon de 27 entrevues téléphoniques réalisées auprès des gestionnaires des lieux d'accueil et de renseignements touristiques. Mandat octroyé dans le cadre des travaux d'élaboration de la stratégie nationale d'accueil touristique.
Coût : 15 525 \$
Fournisseur : Chaire de tourisme Transat
7. Sondage effectué dans le cadre de la réalisation d'un bilan du service de réservation d'hébergement offert par le MTO
Sujet : Évaluation de la satisfaction des participants et de l'efficacité de la solution de réservation retenue par le MTO. Des entrevues semi-dirigées ont été effectuées avec une personne ressource, les conversations ont été enregistrées.
Coût : Aucun
Fournisseur : Travaux à l'interne
8. Sondage sur les intentions de voyage été 2016
Sujet : Connaître les effets de l'évolution récente du taux de change et du prix de l'essence sur les intentions de voyages des Québécois et des marchés de proximité canadiens et américains (Ontario et nord-est des États-Unis) au cours de la période estivale 2016.
Coût : 33 000 \$
Fournisseur : TNS Canada Ltd

9. Étude sur la mesure de l'impact économique du Grand prix du Canada 2015
Sujet : Réaliser une étude pour mesurer l'impact économique du Grand prix du Canada 2015, servant d'expérimentation du guide méthodologique pour la réalisation des études sur l'impact économique des grands festivals et événements.
Coût : 11 290 \$
Fournisseur : Ad hoc Recherche

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 07

Liste et copie de tous les sondages effectués par le ministère et par chaque organisme qui en relève en 2015-2016, en indiquant les coûts, le sujet et, le cas échéant, la firme retenue pour le réaliser.

Question RP2-07 Sujet : Sondages

Février 2015

Sondage effectué sur le Web en février 2015 dans le cadre de l'entente avec Émilie Heymans pour vendre ses maillots de bain au Centre sportif.

Coût :

10 \$ pour l'utilisation de l'application Typeform (configuré à l'interne)

Objectif : Connaître les maillots les plus populaires pour décider lesquels produire.

Mai 2015

Sondage effectué parmi les visiteurs lors de la journée porte ouverte au Centre sportif le 24 mai 2015.

Coût :

10 \$ pour l'utilisation de l'application Typeform (configuré à l'interne)

907 \$ pour les agents de promotion qui ont sondé les gens sur place

Firme d'agents de promotion : Staff personnel événementiel Inc.

Objectif : Mesurer l'appréciation des visiteurs pour le Centre sportif et leur intérêt à revenir pour une visite ou un abonnement.

Août 2015

Sondage effectué parmi les spectateurs du concert de Kent Nagano et l'Orchestre symphonique de Montréal le 5 août 2015.

Coût :

10 \$ pour l'utilisation de l'application Typeform (configuré à l'interne)

754 \$ pour les agents de promotion qui ont sondé les gens sur place

Firme d'agents de promotion : Staff personnel événementiel Inc.

Objectif : Mesurer la provenance des spectateurs, la fréquence de leurs visites au Parc olympique et leur appréciation de l'Esplanade Financière Sun Life.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 07

Liste et copie de tous les sondages effectués par le ministère et par chaque organisme qui en relève en 2015-2016, en indiquant les coûts, le sujet et, le cas échéant, la firme retenue pour le réaliser.

Question RP2-07 Sujet : Sondages

Aucun.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 07

Liste et copie de tous les sondages effectués par le ministère et par chaque organisme qui en relève en 2015-2016, en indiquant les coûts, le sujet et, le cas échéant, la firme retenue pour le réaliser.

Question RP2-07 Sujet : Sondages

Coût : 7 840 \$

Sujet : Sondage permettant d'évaluer le taux de satisfaction de la clientèle.

Firme retenue : Acquiro Systems

Coût : 0 \$

Sujet : Mieux comprendre les éléments qui ont été déterminants dans le choix par les clients d'un autre site d'accueil pour leur événement sur le marché régional.

Firme retenue : Aucune firme (sondage maison)

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 08

Nombre total d'avis juridiques et autres, commandés en 2015-2016 par le ministère ou le cabinet du ministre, ainsi que par chaque organisme qui en relève. Fournir la liste complète en indiquant les coûts, le sujet, le nom de l'organisme ou de la personne qui a réalisé l'avis et la date de réception.

Question RP2-08 Sujet : Avis juridiques

Les avis juridiques demandés par le ministère ou le cabinet du ministère sont protégés par le secret professionnel en vertu de l'article 9 de la Charte des droits et libertés.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 09

Liste de tous les frais de traduction et des documents traduits pour le ministère et chacun de ses organismes en 2015-2016. Fournir la liste des contrats octroyés, le nom des firmes retenues et les coûts.

Question RP2-09 Sujet : Frais de traduction

Fournisseur	Descriptions	Montant
Services linguistiques Focal (Patricia Hamilton)	Formulaire : Vous offrez de l'hébergement?	83 \$
	Bulletins : Veille sur le tourisme nordique (septembre, octobre, novembre et décembre 2015, janvier et février 2016)	1 092 \$
	Mot de ministre : Festival Igloofest 2016	70 \$
	Mot de ministre : Carnaval de Québec 2016	70 \$
	Sondage : Documentation touristique sur le Québec	208 \$
	Mot de ministre : Nautiguide 2016	73 \$
	Mot de ministre : Guide des vacances au Québec – Été	105 \$
Rod Wilmot	Mot de ministre : Revue Origine 2016 (Tourisme Autochtone)	37 \$
	Mot de ministre : Grand Prix ski-doo de Valcourt	45 \$
	Mot de ministre : Montréal en lumière 2016	51 \$
	Mot de ministre : Coupe Rodgers 2015	40 \$
Service de traduction Margaret Kane Savage	Mot de ministre : Camping 2016	33 \$
	Bulletin : Veille sur le tourisme nordique – 2 août 2015	186 \$
	Bulletin : Veille sur le tourisme nordique – 1 ^{er} juillet 2015	141 \$
	Formulaire : Inscription au bulletin de veille nordique du ministère du Tourisme	44 \$
	Questions/Réponses : Fermeture du Bureau Destination Québec à Londres	67 \$
	Appellation : Titre et fonction	131 \$
	Communiqué : Annonce des investissements pour le développement de l'offre touristique du Nunavik	163 \$
Versacom	Traduction de l'ensemble des brochures et documents promotionnels ainsi que des articles du site Internet, le tout en plusieurs langues	59 382 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 09

Liste de tous les frais de traduction et des documents traduits pour le ministère et chacun de ses organismes en 2015-2016. Fournir la liste des contrats octroyés, le nom des firmes retenues et les coûts.

Question RP2-09 Sujet : Frais de traduction

Services de traduction sur demande de divers documents, des pages du site Web du Parc olympique et des textes à paraître dans diverses publicités

- Versacom 2 450 \$
- Tina Wayland copywriter 2 600 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 09

Liste de tous les frais de traduction et des documents traduits pour le ministère et chacun de ses organismes en 2015-2016. Fournir la liste des contrats octroyés, le nom des firmes retenues et les coûts.

Question RP2-09 Sujet : Frais de traduction

Anglocom inc. : 10 048,20 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 09

Liste de tous les frais de traduction et des documents traduits pour le ministère et chacun de ses organismes en 2015-2016. Fournir la liste des contrats octroyés, le nom des firmes retenues et les coûts.

nom des firmes	contrats octroyés	Coûts
Daly-Dallaire	Traduction anglaise – Louer un espace	140 \$
	Traduction française – Propo Web Can	272 \$
	Traduction anglaise – The Palais des congrès de Montréal, one of North Americas Leading Convention Centres	38 \$
Dawn Bessey-Gans	Traduction – Exposition Chapelle Sixtine	24 \$
John Strati – Rédacteur Anglais/Writer	Traduction de divers textes	11 115 \$
Scriptech	Traduction anglaise et française – Offre WiFi pour lettres	45 \$
Tradintek Inc.	Traduction – Signage and Advertising Palais	330 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 10

Liste de tous les mandats donnés à la Société immobilière du Québec par le ministère et par chaque organisme qui en relève pour la location, l'achat, la rénovation, la décoration et autres travaux réalisés en 2015-2016.

2015-2016 :

- Déplacement d'une prise électrique et réparation d'une colonne au sous-sol du centre Infotouriste de Québec;
- Installation d'une nouvelle signalisation dans les centres Infotouriste de Rigaud, Montréal, Rivière-Beaudette, Québec et Dégelis;
- Installation de deux grilles de ventilation dans la porte du nouveau local informatique au sous-sol du centre Infotouriste de Québec
- Location de l'amphithéâtre de l'édifice Marie-Guyart;

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 11

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, indiquer pour 2015-2016 :

- a) la liste de tous les concours et tirages réalisés;
- b) les prix remis aux gagnants des concours et des tirages, ainsi que la valeur de ces prix;
- c) l'objectif visé par la tenue de chacun des concours;
- d) la liste des concours qui ont pris fin.

Question RP2-11 Sujet : Concours et tirages

a) d) Concours	b) Prix remis et valeur	c) Objectifs
Concours radio QuébecOriginal / NRJ	Tirage de 10 séjours. Valeur maximum de 750 \$ par séjour pour un total de 7 500 \$.	Concours effectué dans le cadre de la campagne Intra-Québec été 2015 pour promouvoir différentes régions du Québec.
Concours QuébecOriginal / SNCF	Séjour pour 2 personnes au Québec. Valeur de 5 000 \$	Concours effectué dans le cadre de la campagne France hiver 2015-2016 pour promouvoir le Québec.
Concours « Les As du français » Pékin, Chine. Ce concours prendra fin à la fin juin 2016 avec lorsque se terminera le voyage au Québec du gagnant.	Séjour d'été au Québec. Valeur de 10 000 \$ * Billet aller-retour vers le Québec. Hébergement pour une période de 6 à 8 semaines. Rencontres organisées avec des universitaires- linguistes en lien avec la thèse de doctorat du gagnant. *Bien que le prix fût attribué lors de l'exercice budgétaire 2015-2016, il sera utilisé, donc déboursé, lors de l'exercice 2016-2017.	Positionner le Québec comme une destination touristique francophone. Positionner le Québec comme une destination de choix pour des études internationales. Assurer une visibilité pour le Québec touristique sur la chaîne de télévision nationale chinoise. Assurer une visibilité pour le Québec touristique sur les réseaux sociaux chinois du gagnant, du BDQ-Chine et de Destination Canada-Chine.
Concours « Carnaval de Québec » au Centre de ski Nanshan en Chine 2015. Ce concours a pris fin le 16 mars 2016 lorsque s'est terminé le voyage au Québec des gagnants.	Séjour au Québec pour 2 personnes à l'hiver 2016. Valeur de 7 000 \$	Le principal objectif du tirage était de bonifier le nombre d'abonnés aux comptes de réseaux sociaux du MTO en Chine.

Question RP2-11 Sujet : Concours et tirages

a) d) Concours	b) Prix remis et valeur	c) Objectifs
<p>Concours Tirages « Nanshan 2016 »</p> <p>Ce concours a pris fin le 16 mars 2016 lorsque s'est terminé le voyage au Québec des gagnants</p>	<p>Tirages effectués dans le cadre de 2 promotions distinctes en collaboration avec Destination Canada-Chine :</p> <p>5 gagnants au Concours du défilé de mode, Décembre 2015;</p> <p>5 gagnants au Concours « Compétition de ski dans les bosses », Février 2106;</p> <p>Voyage d'une semaine (hiver 2016) pour une personne dans une station de ski québécoise.</p> <p>La valeur des prix était de l'ordre de 30 000 \$.</p> <p>Des partenaires du MTO (Destination Canada Chine, Tourisme Laurentides, Station Mont Tremblant) ont contribué à ces prix à hauteur de 20 000 \$.</p>	<p>Les objectifs de ces concours étaient de positionner le Québec comme une destination hivernale de choix et d'augmenter le nombre d'abonnés Chinois aux réseaux sociaux québécois en Chine.</p>
<p>Concours radio <i>Vivacité</i> Belgique</p>	<p>Tirage d'un séjour pour deux personnes au Québec.</p> <p>Valeur maximum de 7500 \$</p> <p>Coût pour le MTO : 1 675 \$</p> <p>Dossier en partenariat avec Air Transat, Tourisme Mauricie et l'Office du Tourisme de Québec.</p>	<p>Concours effectué dans le cadre de l'émission « Vacances » de la radio belge dans le but de promouvoir le Québec en tant que destination touristique.</p>
<p>Concours télévision AB3 et radios Nostalgie et NRJ Belgique</p>	<p>Séjour pour deux personnes au Québec incluant billets d'avion, hébergement, repas et auto de location.</p> <p>Valeur de 5 000 \$</p> <p>Coût pour le MTO : 273 \$</p> <p>Dossier en partenariat avec Air Transat et Tourisme Mauricie.</p>	<p>Concours dans le but d'augmenter la visibilité du Québec en tant que destination touristique.</p>

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 11

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, indiquer pour 2015-2016 :

- a) la liste de tous les concours et tirages réalisés;
- b) les prix remis aux gagnants des concours et des tirages, ainsi que la valeur de ces prix;
- c) l'objectif visé par la tenue de chacun des concours;
- d) la liste des concours qui ont pris fin.

Question RP2-11 Sujet : Concours et tirages

Mars 2015

Le concours s'est déroulé sur le site Web du Parc olympique du 9 au 30 mars 2015.

Prix : 5 laissez-passer pour 4 personnes pour assister au match des Blue Jays de Toronto contre les Reds de Cincinnati le 4 avril 2015 à 13h au Stade olympique de Montréal, dans une loge VIP incluant repas et consommations.

Valeur : 4 000 \$

Objectif : Acquisition de fans Facebook et d'abonnés à l'infolettre

Mai-Juin 2015

Le concours s'est déroulé sur le site Web du Centre sportif du Parc olympique du 18 mai au 18 juin 2015.

Prix : 10 abonnements de 3 mois au Centre sportif du Parc olympique.

Valeur : 2 250 \$

Objectif : Acquisition d'abonnés à l'infolettre et promotion de la réouverture du Centre sportif.

Juillet 2015

Ce concours s'est déroulé en partenariat avec la STM sur le site Web du Parc olympique du 10 au 28 juillet 2015.

Prix : 25 accès pour 2 personnes à la zone STM lors du concert de Kent Nagano et l'Orchestre symphonique de Montréal le 5 août 2015 à 19h sur l'Esplanade Financière Sun Life.

Valeur : N/A

Objectif : Acquisition de fans Facebook et d'abonnés à l'infolettre

Septembre 2015

Ce concours s'est déroulé au kiosque du Parc olympique lors d'un match de l'Impact de Montréal le 23 septembre 2015 au Stade Saputo.

Prix : 1 abonnement de 3 mois au Centre sportif du Parc olympique.

Valeur : 225 \$

Objectif : Acquisition d'abonnés à l'infolettre

Tous les concours ci-dessus ont pris fin.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 11

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, indiquer pour 2015-2016 :

- a) la liste de tous les concours et tirages réalisés;
- b) les prix remis aux gagnants des concours et des tirages, ainsi que la valeur de ces prix;
- c) l'objectif visé par la tenue de chacun des concours;
- d) la liste des concours qui ont pris fin.

Question RP2-11 Sujet : Concours et tirages

Aucun.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 11

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, indiquer pour 2015-2016 :

- a) la liste de tous les concours et tirages réalisés;
- b) les prix remis aux gagnants des concours et des tirages, ainsi que la valeur de ces prix;
- c) l'objectif visé par la tenue de chacun des concours;
- d) la liste des concours qui ont pris fin.

Question RP2-11 Sujet : Concours et tirages

Aucun concours n'a été réalisé en 2015-2016 par la Société du Palais des congrès de Montréal.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

TQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 12

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, concernant les campagnes de publicité et de sensibilisation, fournir pour 2015- 2016 :

- le nom de toutes les campagnes;
- les coûts de ces campagnes;
- le nom de la firme ou du professionnel retenu pour la réaliser ;
- les dates de diffusion de la campagne;
- les objectifs visés par chaque campagne;

Question RP2-12 Sujet : Campagnes de publicité et de sensibilisation

Le ministère du Tourisme (MTO) réalise la plupart de ses campagnes à l'extérieur du Québec, dont un bon nombre en partenariat financier avec l'industrie.

Les campagnes promotionnelles constituent un levier important de la stratégie du MTO visant à promouvoir la destination québécoise. Les marchés situés en Ontario, aux États-Unis et la France accaparent la quasi-totalité des budgets consacrés à la promotion.

Lg2 est l'agence de communication désignée du MTO. Lg2 a été sélectionnée le 27 février 2014 par un comité composé de représentants du Centre de services partagés du Québec (CSPQ), du Secrétariat à la communication gouvernementale (SCG), du MTO et d'un membre de l'Association touristique régionale (ATR) de la Mauricie, à la suite d'un appel d'offres sur invitation auprès de quatre entreprises pré qualifiées par le CSPQ.

La gestion administrative du contrat avec Lg2 est sous la responsabilité du CSPQ, tandis que le MTO assure le respect de la philosophie derrière l'image de marque touristique, la conformité au Programme d'identification visuelle du gouvernement et la qualité des productions promotionnelles.

CAMPAGNES 2015-2016	COÛT	FOURNISSEUR	DATE DE DIFFUSION
Campagnes de notoriété :			
• Campagne hivernale sur les marchés de la France, des États-Unis et de l'Ontario			
Campagnes hiver 2015-2016	1 242 085 \$	Lg2 (CSPQ)	Automne-hiver 2015-2016
Campagne hiver 2016 (phase 1)	71 476 \$	Lg2 (CSPQ)	Automne-hiver 2016-2017
• Campagne estivale sur les marchés des États-Unis, de l'Ontario, de la France et du Québec :			
Campagne été 2015 (phase 2)	3 185 590 \$	Lg2 (CSPQ)	Printemps-été 2015
Campagne été 2016 (phase 1)	916 754 \$	Lg2 (CSPQ)	Printemps-été 2016

Ces montants incluent les **contributions des partenaires**, dont le total s'élevait à 1 220 000 \$ en 2015-2016, réparties ainsi :

	<u>2015-2016</u>
- Promotion hiver :	305 000 \$
- Promotion été :	915 000 \$
Totaux :	1 220 000 \$

Aucune campagne de sensibilisation n'est réalisée par le MTO.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 12

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, concernant les campagnes de publicité et de sensibilisation, fournir pour 2015- 2016 :

- le nom de toutes les campagnes;
- les coûts de ces campagnes;
- le nom de la firme ou du professionnel retenu pour la réaliser ;
- les dates de diffusion de la campagne;
- les objectifs visés par chaque campagne;

Question RP2-12 Sujet : Campagnes de publicité et de sensibilisation

Nom de la campagne:	Campagne réouverture du Centre Sportif
Coût :	88 000\$
Firmes :	Agence LG2, Jean-François Hamelin photographie, 98,5FM, Rythme FM, La Presse, La Presse+, Fugues, ruemasson.com, Facebook, Google display, Transcontinental média (Hebdos de l'est de Montréal), Quebecor et Métromedia.
Date de diffusion :	Mai 2015 à octobre 2015
Objectifs visés :	Communiquer la nouvelle offre du Centre sportif du Parc olympique afin de regagner une clientèle de nouveaux membres pour le centre.
Nom de la campagne :	Campagne touristique - La Tour de Montréal
Coût :	34 000 \$
Firmes :	Agence LG2, Société des attractions touristiques du Québec, Festivals et événements Québec, Hotel.TV, Burlington Free press, Grayline, ruemasson.com, Réseau présenteurs Vieux-Montréal, Passeport POM, Travel guide to Canada, Conservus.
Date de diffusion :	Avril 2015 à octobre 2015
Objectifs visés :	Faire la promotion de l'attrait touristique de l'Observatoire de La Tour du Parc olympique, en ciblant une clientèle déjà à Montréal.
Nom de la campagne :	Campagne Esplanade Financière Sun Life
Coût :	50 000 \$
Firmes :	CIBL, 98,5FM, Métromedia, La Presse, La Presse+, Journal 24 heures, Transcontinental média (Hebdos de l'est de Montréal), Quebecor, Robert perron communications (Présentoirs Vieux-Montréal), Présentoirs SATQ, La Vitrine, Montreal Families, Conservus.
Date de diffusion :	Décembre 2014 et août 2015
Objectifs visés :	Inviter les Montréalais à venir participer aux événements, activités et spectacles présentés sur l'Esplanade Financière Sun Life.
Nom de la campagne :	Campagne salles locatives de La Tour de Montréal
Coût :	6 500 \$
Firmes :	Bureau du cinéma du Québec, Conservus, Médias St-Joseph, APEQ.
Date de diffusion :	Mai 2015 à octobre 2015
Objectifs visés :	Promouvoir les services locatifs de La Tour du Parc olympique pour les conférences, les congrès, les tournages, les événements sportifs et récréatifs ainsi que pour les réceptions de mariage et événements privés.

Nom de la campagne :	Campagne touristique annuelle internationale
Coût :	38 500 \$
Firmes :	Tourisme Montréal
Date de diffusion :	1 ^{er} octobre 2014 au 30 septembre 2015
Objectifs visés :	Promouvoir l'offre complète du Parc olympique et de ses attraits sur le marché du Québec, du Canada et à l'international dans le but d'augmenter le nombre de visiteurs annuels sur le site du Parc olympique.

Nom de la campagne:	Campagne acquisition infolettre et médias sociaux
Coût :	7 580 \$
Firmes :	Facebook
Date de diffusion :	Novembre 2014 à octobre 2015
Objectifs visés :	Augmenter le rayonnement du Parc olympique en acquérant plus de membres à l'infolettre du Parc olympique ainsi que plus d'abonnés à la page Facebook du Parc olympique.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 12

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, concernant les campagnes de publicité et de sensibilisation, fournir pour 2015- 2016 :

- le nom de toutes les campagnes;
- les coûts de ces campagnes;
- le nom de la firme ou du professionnel retenu pour la réaliser ;
- les dates de diffusion de la campagne;
- les objectifs visés par chaque campagne;

Question RP2-12 Sujet : Campagnes de publicité et de sensibilisation

Campagne publicitaire en partenariat avec l'Office du tourisme de Québec. Le but de la campagne est de cibler le tourisme d'affaires. Coût pour SCCQ : 80 000 \$. L'agence de publicité a été engagée par l'Office du tourisme de Québec.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 12

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, concernant les campagnes de publicité et de sensibilisation, fournir pour 2015- 2016 :

- le nom de toutes les campagnes;
- les coûts de ces campagnes;
- le nom de la firme ou du professionnel retenu pour la réaliser ;
- les dates de diffusion de la campagne;
- les objectifs visés par chaque campagne;

Question RP2-12

Sujet : Campagnes de publicité et de sensibilisation

nom des campagnes	coûts	nom de la firme ou du professionnel	dates de diffusion	objectifs visés
Organiser un événement au Palais, un véritable jeu d'enfants (crayons)	7 000 \$	Samarkand	Octobre 2015	Campagne de marketing relationnel visant à positionner le Palais comme un lieu accessible pour les organisateurs d'événements (réunions et Gala) de la grande région métropolitaine.
Organiser un événement au Palais, un véritable jeu d'enfants (bonhomme de neige)	5 730 \$	À l'interne	Février 2016	Campagne de marketing relationnel visant à positionner le Palais et ses salles disponibles pour les Fêtes, les réunions et les galas.
Goûtez au grand air	5 375 \$	Samarkand	Mars 2016	Campagne de marketing relationnel visant à promouvoir la Terrasse auprès des organisateurs d'événements.
CAEM – There's something new for you at the Palais	1 937 \$	Samarkand	Mai 2015	Campagne de marketing relationnel visant à inviter les clients à rencontrer le délégué commercial à CAEM et à faire la promotion des avantages de Montréal et du Palais auprès du marché des expositions.

Question RP2-12

Sujet : Campagnes de publicité et de sensibilisation

NOM DES CAMPAGNES	COÛTS	NOM DE LA FIRME OU DU PROFESSIONNEL	DATES DE DIFFUSION	OBJECTIFS VISÉS
À vous de jouer / Make it yours	8 245 \$	Samarkand	Mars 2016	Campagne marketing relationnel visant à faire la promotion des avantages de Montréal et du Palais auprès du marché des expositions.
CSAE/PCMA	1 833 \$	Samarkand et à l'interne	Octobre 2015	Campagne de marketing relationnel visant à inviter les clients à rencontrer le délégué commercial pour en apprendre davantage sur Montréal et le Palais auprès du marché des congrès canadiens.
Tête-à-tête – Relax, we've got you covered	3 349 \$	Samarkand	Janvier 2016	Campagne de marketing relationnel visant à inviter les clients à rencontrer le délégué commercial pour en apprendre davantage sur Montréal et le Palais auprès du marché des congrès canadiens.
PCMA – Relax, we've got you covered	5 195 \$	Samarkand	Décembre 2015	Campagne marketing relationnel visant à faire la promotion des avantages de Montréal et du Palais auprès du marché des congrès américains.

NOM DES CAMPAGNES	COÛTS	NOM DE LA FIRME OU DU PROFESSIONNEL	DATES DE DIFFUSION	OBJECTIFS VISÉS
IMEX 2015 – First thing first	12 282 \$	Samarkand	Mai 2015	Campagne de marketing relationnel visant à inviter les clients à rencontrer le délégué commercial à IMEX et à faire la promotion des avantages de Montréal et du Palais auprès du marché des congrès internationaux.
IBTM – Relax, we've got you covered	6 574 \$	Samarkand	Octobre 2015	Campagne de marketing relationnel visant à inviter les clients à rencontrer le délégué commercial à IBTM et à faire la promotion des avantages de Montréal et du Palais auprès du marché des congrès internationaux.
IMEX 2016 – Relax, we've got you covered	3 148 \$	Samarkand	Mars 2016	Campagne de marketing relationnel visant à inviter les clients à rencontrer le délégué commercial à IMEX et à faire la promotion des avantages de Montréal et du Palais auprès du marché des congrès internationaux.
Promotion Hiver 2016	8 781 \$	Bazooka	Février 2016	Campagne promotionnelle visant à attirer l'attention des clients potentiels des Galeries du Palais.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 13

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, la liste des programmes de financement ou de subventions, le montant global attribué au programme, la direction du ministère ou l'organisme qui en a la gestion, en indiquant pour chacun, pour 2015-2016 :

- a) le nom et la nature des projets qui ont obtenu un financement ou une subvention;
- b) le nom du ou des organismes bénéficiaires;
- c) le montant qui leur a été accordé;

Fournir également la liste des projets qui ont été rejetés pour chaque programme.

Question RP2-13 Sujet : Programmes de financement ou de subventions

Les réponses aux questions 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 et 30 présentent la liste des programmes de financement ou de subventions.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 14

Pour le ministère et chacun des organismes qui en relèvent, indiquer pour 2015-2016 :

- a) le nombre d'employés et le nom des employés affectés aux communications et/ou affaires publiques;
- b) le montant dépensé par la direction, département ou division des communications et/ou affaires publiques
- c) le nombre et le détail des rencontres des employés affectés aux communications et/ou affaires publiques avec d'autres instances ou organismes publics, ventilé par instances ou organismes.
- d) le total des sommes investies en veille médiatique, ventilée par poste de dépenses (revue de presse, analyse de presse, etc.), les firmes externes ou consultants engagés à cette fin, ainsi que les sujets qui font ou ont fait l'objet d'une veille médiatique.

Question RP2-14 Sujet : Affaires publiques

Veille médiatique :

Fournisseur	Détail	montant
Euréka/ Cedrom SNI	Service d'archivage des articles de presse	10 112 \$
La Presse Canadienne	Recherche d'articles de presse	6 540 \$
Communication Démo	Recherche d'articles écrits et électroniques	38 821 \$
Gestion MBTI	Diffusion de la revue de presse électronique	3 600 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 15

Pour le ministère et les organismes qui en relèvent, le nombre d'ETC affectés et coûts reliés à la préparation de l'exercice d'étude des crédits budgétaires (incluant les réponses aux questions et les présences parlementaires).

Question RP2-15 Sujet : Études des crédits budgétaires

Les efforts totaux liés à la préparation de l'étude des crédits 2016-2017 pour le Ministère sont estimés à 1 ETC.

Les coûts reliés à la préparation de l'étude des crédits 2016-2017 sont estimés à 63 000 \$.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 16

Pour le ministère et les organismes qui en relèvent, le total et la ventilation des créances et/ou amendes à recouvrer par chacune des années 2010-2011 à 2015-2016, l'âge de ces créances (ventilé par années) et les moyens entrepris pour les recouvrer.

Prévision 2016-2017

Question RP2-16 Sujet : Créances et/ou amendes à recouvrer

Au 31 mars 2016, le total des créances à recouvrer, ventiler en fonction de l'âge de ces créances, s'établit comme suit :

Comptes à recevoir	
Courant	68 191 \$
0 à 30 jours	72 782 \$
31 à 60 jours	334 883 \$
61 à 90 jours	7 537 \$
> 91 jours	209 934 \$
Total	693 326 \$
Provision Mauvaises créances au 31 mars 2016	(121 901) \$
Total net des comptes à recevoir	571 425 \$

Prêts, Placements et avances	
Solde à recevoir au 31 mars 2016	357 484 \$
Provision Mauvaises créances pour PPA au 31 mars 2016	(49 671) \$
Total net des comptes à recevoir pour PPA	307 814 \$

En ce qui a trait au recouvrement de ces créances, nous communiquons avec les clients afin de les informer de leur solde dû et tenter de recouvrer les sommes. Au besoin, des ententes de paiements peuvent être conclues.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 17

Sommes versées par le ministère du Conseil exécutif dans le Fonds de partenariat touristique pour 2015-2016. Indiquer l'utilisation faite de ces sommes. Ventiler par dépenses.

Question RP2-17 Sujet : Fonds de partenariat touristique

Aucune.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 18

Nombre de visiteurs enregistrés au Québec pour chaque année financière depuis 2007.

Ventilation selon la provenance des visiteurs (Québec, Hors-Québec).

Question RP2-18 Sujet : Visiteurs

Nombre de visiteurs des marchés intérieurs au Québec (visites-province), 2007-2014

Année	Québec						Autres provinces canadiennes					
	Touristes		Excursionnistes		Visiteurs		Touristes		Excursionnistes		Visiteurs	
	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%
2007	19 621	36,8	33 631	63,2	53 252	100,0	3 138	71,4	1 258	28,6	4 396	100,0
2008	20 197	36,7	34 775	63,3	54 972	100,0	2 803	72,0	1 090	28,0	3 892	100,0
Δ (%)	2,9		3,4		3,2		- 10,7		- 13,4		- 11,5	
2009	20 335	34,5	38 554	65,5	58 889	100,0	2 747	65,6	1 442	34,4	4 189	100,0
Δ (%)	0,7		10,9		7,1		- 2,0		32,3		7,6	
2010	20 615	36,6	35 653	63,4	56 268	100,0	3 341	74,4	1 150	25,6	4 491	100,0
Δ (%)	1,4		- 7,5		- 4,5		21,6		- 20,2		7,2	
2011	22 547	28,4	56 847	71,6	79 394	100,0	3 206	63,2	1 869	36,8	5 076	100,0
Δ (%)	
2012	24 018	29,5	57 429	70,5	81 446	100,0	3 780	71,2	1 526	28,8	5 307	100,0
Δ (%)	6,5		1,0		2,6		17,9		- 18,4		4,6	
2013	22 919	28,5	57 608	71,5	80 528	100,0	3 646	65,4	1 928	34,6	5 574	100,0
Δ (%)	- 4,6		0,3		- 1,1		- 3,5		26,3		5,0	
2014	24 742	29,6	58 932	70,4	83 673	100,0	3 301	67,1	1 616	32,9	4 917	100,0
Δ (%)	8,0		2,3		3,9		- 9,5		- 16,2		- 11,8	

Δ : Variation par rapport à l'année précédente.

.. : Donnée non disponible.

Note : En raison des changements méthodologiques, les données postérieures à 2010 ne sont pas comparables avec les données historiques de l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada. Par conséquent, 2011 est maintenant l'année de référence utilisée pour comparer les données.

En raison de l'arrondissement des données, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des résidents du Canada*, 2007 à 2014.

Nombre de visiteurs des marchés internationaux au Québec (visites-province), 2007-2014

Année	États-Unis						Autres pays					
	Touristes		Excursionnistes		Visiteurs		Touristes		Excursionnistes		Visiteurs	
	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%	000	%
2007	1 979	69,1	887	30,9	2 866	100,0	1 067	89,2	129	10,8	1 196	100,0
2008	1 837	71,7	724	28,3	2 561	100,0	1 166	91,1	113	8,9	1 279	100,0
Δ (%)	- 7,2		- 18,4		- 10,7		9,3		- 12,4		6,9	
2009	1 727	72,1	668	27,9	2 395	100,0	993	90,2	108	9,8	1 102	100,0
Δ (%)	- 6,0		- 7,7		- 6,5		- 14,8		- 4,8		- 13,9	
2010	1 809	74,4	623	25,6	2 432	100,0	1 039	88,4	136	11,6	1 176	100,0
Δ (%)	4,7		- 6,7		1,6		4,6		26,0		6,7	
2011	1 791	74,8	604	25,2	2 395	100,0	1 137	89,1	140	10,9	1 277	100,0
Δ (%)	- 1,0		- 3,1		- 1,5		9,4		2,7		8,6	
2012	1 794	75,0	598	25,0	2 391	100,0	1 088	87,3	158	12,7	1 246	100,0
Δ (%)	0,2		- 1,0		- 0,2		- 4,3		12,9		- 2,5	
2013	1 701	72,6	643	27,4	2 344	100,0	1 141	93,7	77	6,3	1 218	100,0
Δ (%)	- 5,2		7,6		- 2,0		4,9		- 51,2		- 2,2	
2014	1 850	74,8	622	25,2	2 472	100,0	1 234	90,4	131	9,6	1 365	100,0
Δ (%)	8,7		- 3,2		5,5		8,1		70,5		12,0	

Δ : Variation par rapport à l'année précédente.

* : Donnée fournie à titre indicatif et à utiliser avec réserve.

En raison de l'arrondissement des données, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2014.

Nombre de visiteurs au Québec, tous marchés confondus (visites-province), 2007-2014

Année	Tous marchés confondus					
	Touristes		Excursionnistes		Visiteurs	
	000	%	000	%	000	%
2007	25 805	41,8	35 905	58,2	61 711	100,0
2008	26 003	41,5	36 702	58,5	62 704	100,0
Δ (%)	0,8		2,2		1,6	
2009	25 802	38,8	40 772	61,2	66 574	100,0
Δ (%)	- 0,8		11,1		6,2	
2010	26 804	41,6	37 562	58,4	64 366	100,0
Δ (%)	3,9		- 7,9		- 3,3	
2011	28 681	32,5	59 460	67,5	88 142	100,0
Δ (%)	
2012	30 680	33,9	59 710	66,1	90 390	100,0
Δ (%)	7,0		0,4		2,6	
2013	29 407	32,8	60 256	67,2	89 664	100,0
Δ (%)	- 4,1		0,9		- 0,8	
2014	31 126	33,7	61 302	66,3	92 427	100,0
Δ (%)	5,8		1,7		3,1	

Δ : Variation par rapport à l'année précédente.

.. : Donnée non disponible.

Note : En raison des changements méthodologiques, les données postérieures à 2010 ne sont pas comparables avec les données historiques de l'Enquête sur les voyages des résidents du Canada. Par conséquent, 2011 est maintenant l'année de référence utilisée pour comparer les données.

En raison de l'arrondissement des données, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des résidents du Canada* et *Enquête sur les voyages internationaux*, 2007 à 2014.

Définitions

Touristes : personnes qui ont fait un voyage d'une nuit ou plus, mais d'une durée de moins d'un an, à l'extérieur de leur ville, et qui ont utilisé de l'hébergement commercial ou privé.

Excursionnistes : personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

Visiteurs : terme qui englobe à la fois les touristes et les excursionnistes.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 19

Recettes touristiques engendrées par l'industrie touristique québécoise en 2015-2016 et ventilation par région.

Question RP2-19 Sujet : Recettes touristiques

Les recettes touristiques engendrées par l'industrie touristique québécoise en 2015-2016 ne sont pas disponibles, par conséquent, c'est la performance touristique régionale de 2014 qui est présentée.

Région touristique visitée	Québec		Autres provinces canadiennes		États-Unis		Autres pays		Total	
	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%	M\$	%
Dépenses touristiques										
01 Îles-de-la-Madeleine	45*	0,6	1*	0,1	-	-	-	-	46*	0,4
02 Gaspésie	215	2,9	11*	0,9	16*	1,3	39*	2,7	282	2,5
03 Bas-Saint-Laurent	229	3,0	12*	0,9	1*	0,1	8*	0,5	249	2,2
04 Région de Québec	1 205	16,0	229	18,2	259	20,3	263	18,5	1 956	17,0
05 Charlevoix	184*	2,4	6*	0,5	4*	0,3	5*	0,3	199*	1,7
06 Chaudière-Appalaches	287	3,8	15*	1,2	12*	0,9	11*	0,8	324	2,8
07 Mauricie	455	6,0	6*	0,5	5*	0,4	20*	1,4	487	4,2
08 Cantons-de-l'Est	727	9,7	23*	1,8	30*	2,3	19*	1,3	799	7,0
09 Montérégie	549	7,3	41*	3,2	36*	2,9	22*	1,5	648	5,6
10 Lanaudière	320	4,3	6*	0,5	6*	0,5	24*	1,7	357	3,1
11 Laurentides	729	9,7	82*	6,6	37*	2,9	46*	3,2	894	7,8
12 Montréal	1 184	15,7	643	51,1	812	63,7	878	61,7	3 517	30,6
13 Outaouais	290	3,9	96*	7,6	18*	1,4	6*	0,4	410	3,6
14 Abitibi-Témiscamingue	177*	2,4	16*	1,3	6*	0,5	5*	0,3	204	1,8
15 Saguenay-Lac-Saint-Jean	339	4,5	8*	0,6	1*	0,1	30*	2,1	378	3,3
16 Manicouagan	69*	0,9	5*	0,4	5*	0,4	21*	1,5	99*	0,9
17 Duplessis	41*	0,5	2*	0,1	1*	0,1	0*	0,0	43*	0,4
18 Baie-James	34*	0,4	1*	0,1	-	-	-	-	35*	0,3
19 Laval	116*	1,5	4*	0,3	15*	1,1	12*	0,9	147*	1,3
20 Centre-du-Québec	266	3,5	7*	0,5	4*	0,3	4*	0,3	280	2,4
21 Nunavik	0*	0,0	1*	0,1	-	-	-	-	1*	0,0
22 Eeyou Istchee	1*	0,0	-	-	-	-	5*	0,4	6*	0,0
Non précisé	75*	1,0	41*	3,2	8*	0,6	5*	0,4	129*	1,1
Total des dépenses touristiques	7 534	100,0	1 256	100,0	1 275	100,0	1 423	100,0	11 489	100,0
Autres dépenses	1 487		139			1 626	
Recettes touristiques	9 021		1 395		1 275		1 423		13 114	

* : Donnée fournie à titre indicatif et à utiliser avec réserve.

- : Néant ou zéro.

... : N'ayant pas lieu de figurer.

En raison de l'arrondissement des données, le total peut ne pas correspondre à la somme des parties.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur les voyages des résidents du Canada* et *Enquête sur les voyages internationaux*, 2014.

Définitions :

Excursionnistes : personnes qui ont fait un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de leur ville, dont la distance à l'aller est d'au moins 40 kilomètres.

Recettes touristiques : elles comprennent les dépenses touristiques et les autres dépenses.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 20

Dépenses ventilées de promotion touristique en 2015-2016 et prévisions pour 2016-2017.

Préciser pour chaque région :

- a) au Québec;
- b) au Canada;
- c) aux États-Unis;
- d) marchés outre-mer;
- e) méthodes utilisées pour chacune de ces régions (TV, radio, journaux, etc.).

Question RP2-20 Sujet : Promotion touristique

Marchés	Méthodes utilisées	Dépenses
Québec	Radio, imprimé, campagne de bannières web et d'amorces vidéo, publications Facebook, marketing de recherche	401 963 \$
Canada	Promotions sur le Web, relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, affichage dans les immeubles de Toronto	580 458 \$
États-Unis Atlantique- Centre (New York)	Relations de presse, diffusion de vidéos promotionnelles, placements promotionnels dans des magazines, les journaux et sur le Web	147 894 \$
États-Unis Atlantique- Centre-Ouest (Chicago)	Relations de presse	5 924 \$
États-Unis Côte Ouest	Relations de presse	3 241 \$
États-Unis Multi-territoire	Relations de presse, diffusion de vidéos promotionnelles, placements promotionnels dans des magazines, les journaux et sur le Web	1 537 218 \$
Nouvelle- Angleterre	Relations de presse	2 896 \$
Allemagne	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	216 324 \$
Australie	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	7 332 \$
Chine continentale	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	782 768 \$
Corée du Sud	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	12 945 \$
France et Belgique	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	1 968 365 \$
Japon	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	29 426 \$

Marchés	Méthodes utilisées	Dépenses
Royaume-Uni	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	209 783 \$
Suisse	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web, diffusion de vidéos promotionnelles, bande-annonce au cinéma et à la télévision, affichage, brochures, formation en ligne	32 737 \$
Brésil	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web	5 872 \$
Mexique	Relations de presse, promotions dans les journaux, les magazines et sur le Web	337 129 \$
Multi-marchés	Relations de presse, promotion web, édition, photothèque, vidéothèque	1 558 591 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 21

Crédits affectés et ventilés à la représentation touristique du Québec à l'étranger par pays en 2015-2016 et prévisions pour 2016-2017. Préciser :

- a) le nombre de points de service au Québec;
- b) le nombre de personne y œuvrant;
- c) les services offerts;
- d) les résultats escomptés.

Question RP2-21

Sujet : Représentation touristique du Québec à l'étranger

Le MTO n'a pas de « points de services ». Il retient les services d'agences de publicité ou de relations publiques sur les marchés prioritaires, plus communément appelés « Bureau Destination Québec (BDQ) » et ce, afin d'y réaliser des activités de commercialisation, de relations de presse et de la représentation de la destination comme prévu aux plans annuels d'opération.

Les crédits affectés aux contrats avec des agences de publicité ou de relations publiques à l'extérieur du Québec sont les suivants :

Bureaux Destination Québec (BDQ)	2015-2016
Canada : Canada, Côte Ouest américaine	416 667 \$
États-Unis : Atlantique Centre, Nouvelle-Angleterre, Sud des É.U. et Centre Ouest des É.U.	438 261 \$
Europe : France (Belgique), Allemagne (Suisse) et Royaume-Uni.	1 012 500 \$
Chine	442 500 \$

a) et b) Les BDQ (les fournisseurs) :

Localisation des bureaux	Nom des agences	Effectifs dédiés au contrat avec le MTO
Toronto (Canada)	Vox International inc.	5
New York (États-Unis)	DQ Marketing and Public Relations Corporation	4
Paris (France)	Interface Tourism France	10
Beijing (Chine)	Travel Link Marketing Co. Ltd.	5

c) Copie des rapports fournis au ministère du Tourisme par ces fournisseurs :

Par mesure de protection de l'environnement et de développement durable, les copies des rapports pourront être transmises sur demande.

d) Le nombre de personnes y œuvrant :

Les firmes mettent à la disposition du ministère 24 personnes, toutes recrutées localement (en territoire). La Direction de la promotion et de la mise en marché du ministère du Tourisme (MTO) en poste à Montréal, supervise en continu les bureaux de ces équipes.

e) Les services offerts :

À titre de représentant du ministère du Tourisme du Québec sur les territoires visés, offrir notamment les services suivants :

- Suivre l'évolution du marché (les tendances de consommation, de planification de voyages, d'achat de produits touristiques, l'évolution du réseau de distribution, de la desserte aérienne et de la concurrence) afin de fournir au ministère une intelligence de marché susceptible d'orienter ses stratégies de promotion et de les rendre le plus adaptées et efficaces possibles.
- Conseiller le ministère sur les meilleurs moyens (publicité, édition, Internet promotionnel et promotions aux consommateurs, etc.) pour promouvoir le Québec et ses expériences touristiques sur le territoire visé.
- Proposer un plan de marketing original et approprié, spécifique au marché, qui se traduira dans un plan annuel des opérations selon les orientations fournies par la ministre et en conformité avec le budget alloué.
- Réaliser les activités prévues au plan des opérations.
- Assurer une présence régulière auprès de l'industrie touristique et des médias.
- Développer un réseau de partenaires fidèles à la destination sur les territoires visés afin de déployer des efforts de promotion de façon continue. Former et motiver ces partenaires pour la promotion de la destination.
- Proposer un plan médias qui définit les orientations retenues pour l'exercice en termes de choix des médias, d'angles de couverture et d'expériences touristiques, de nouveaux produits, de régions, de saisons en lien avec la stratégie marketing spécifique au marché, susceptibles d'avoir les meilleures retombées pour le Québec.

f) Les objectifs atteints :

- Obtention d'une visibilité internationale de la destination faisant en sorte que les touristes étrangers choisissent le Québec comme destination de vacances;
- Veille et intelligence de marché :
 - Amélioration de la connaissance du MTO et de ses partenaires de l'industrie sur les tendances et évolutions des marchés touristiques;
 - Information de qualité sur les marchés ciblés, leur évolution, les tendances afin que les stratégies du MTO soient adaptées à chaque marché et susceptibles d'avoir les meilleurs résultats.
- Proposition de nouvelles occasions d'affaires pour l'industrie touristique québécoise;
- Service-conseil de qualité et soutien aux partenaires de l'industrie dans les actions de commercialisation.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 22

Ventilation détaillée des sommes composant le Fonds de partenariat touristique en 2015- 2016 et inclure le dernier état financier disponible du Fonds.

Question RP2-22 Sujet : Fonds de partenariat touristique

Les sommes composant le Fonds de partenariat touristique (en milliers de dollars) se détaillent de la façon suivante :

	2015-2016*
Contributions gouvernementales	55 576,7 \$
Taxes sur l'hébergement	53 156,2 \$
Taxes de vente du Québec	26 500,0 \$
Autres revenus	3 209,6 \$
	138 442,5 \$

* Il s'agit des données probables.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 23

Liste des montants versés aux associations touristiques régionales en 2015-2016 et pour chacune des trois années précédentes.

Question RP2-23 Sujet : Associations touristiques régionales

Les chiffres présentés dans ce tableau correspondent aux montants accordés.

ATR	Montant alloué 2015-2016
01- Îles-de-la-Madeleine	394 474 \$
02- Gaspésie	413 232 \$
03- Bas-Saint-Laurent	394 555 \$
04- Région de Québec	803 348 \$
05- Charlevoix	446 103 \$
06- Chaudière-Appalaches	415 425 \$
07- Mauricie	473 891 \$
08- Cantons-de-l'Est	462 014 \$
09- Montérégie	411 630 \$
10- Lanaudière	378 032 \$
11- Laurentides	495 118 \$
12- Montréal	1 063 733 \$
13- Outaouais	518 461 \$
14- Abitibi-Témiscamingue	404 707 \$
15- Saguenay-Lac-Saint-Jean	423 887 \$
16- Manicouagan	419 176 \$
17- Duplessis	384 211 \$
18- Baie-James	363 740 \$
19- Laval	368 294 \$
20- Centre-du-Québec	360 527 \$
21- Nunavik	314 213 \$
22- Eeyou Istchee	314 213 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 24

Sommes allouées en 2015-2016 dans le cadre du programme d'aide financière aux festivals et événements touristiques. Fournir la liste détaillée des bénéficiaires et les montants reçus. Ventiler par région et par circonscription. Préciser le nombre de demandes reçues et les refus.

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
ABITIBI-TÉMISCAMINGUE				
Festival de musique émergente en Abitibi-Témiscamingue	É-A	50 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Festival des guitares du monde en Abitibi-Témiscamingue	É-A	30 000 \$	Volet 1	20 000 \$
Festival d'humour de l'Abitibi-Témiscamingue	É-A	20 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival du cinéma international en Abitibi-Témiscamingue	É-A	60 000 \$	Volet 1	45 000 \$
Festival forestier IGA Bilodeau de Senneterre	É-A	10 000 \$	Volet 2	10 000 \$
Festival western de Malartic	É-A	20 000 \$	Volet 2	0 \$
Foire du camionneur de Barraute	É-A	20 000 \$	Volet 1	15 000 \$
Foire gourmande de l'Abitibi-Témiscamingue et du Nord-Est ontarien	É-A	45 000 \$	Volet 1	15 000 \$
Osisko en lumière, le Festival pyromusical en Abitibi-Témiscamingue	É-A	30 000 \$	Volet 1	0 \$
Rodéo du camion	É-A	75 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Tour de l'Abitibi	É-A	25 000 \$	Volet 1	20 000 \$
BAS-SAINT-LAURENT				
Cartonfolies (Les)	É-A	10 000 \$	Volet 2	7 500 \$
Festi Jazz international de Rimouski	É-A	30 000 \$	Volet 1	22 500 \$
Festival country Saint-Antoine	É-A	20 000 \$	Volet 1	0 \$
Grandes Fêtes Telus (Grandes Fêtes du Saint-Laurent)	É-A	60 000 \$	Volet 1	40 000 \$
Le Tremplin, Festival de la chanson et de l'humour de Dégelis	É-A	15 000 \$	Volet 2	0 \$
Noël chez nous à Rivière-du-Loup	H-P	12 000 \$	Volet 2	7 000 \$
CANTONS-DE-L'EST				
Classique Pif Vacances Transat	É-A	30 000 \$	Volet 2	15 000 \$
Coupe Riders Sherbrooke 2016	H-P	50 000 \$	Volet 3	0 \$
Festival des harmonies et orchestres symphoniques du Québec et OFF Festival	É-A	85 000 \$	Volet 1	30 000 \$
Festival des traditions du monde de Sherbrooke	É-A	85 000 \$	Volet 1	40 000 \$
Festival international de la chanson de Granby	É-A	140 000 \$	Volet 1	55 000 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
Festival Orford	É-A	50 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Fête des vendanges Magog-Orford	É-A	50 000 \$	Volet 1	37 500 \$
Fête du chocolat de Bromont	É-A	20 000 \$	Volet 2	10 000 \$
Fête du Lac des Nations	É-A	100 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Fête international du chocolat de Bromont	É-A	10 000 \$	Volet 2	0 \$
Grand Prix ski-doo de Valcourt	H-P		Volet 1	45 000 \$
International Bromont	É-A	150 000 \$	Volet 1	75 000 \$
Tournoi de hockey international Bantam de Granby	H-P	20 000 \$	Volet 2	0 \$
Traversée internationale du lac Mégantic	É-A	25 000 \$	Volet 1	20 000 \$
Traversée internationale du Lac Memphrémagog	É-A	60 000 \$	Volet 1	15 000 \$
CENTRE-DU-QUÉBEC				
Balade gourmande	É-A	10 000 \$	Volet 2	7 500 \$
Challenge 255	É-A	20 000 \$	Volet 1	20 000 \$
Festival des fromages fins de Victoriaville	É-A	30 000 \$	Volet 1	25 000 \$
Festival du cochon de Sainte-Perpétue	É-A	50 000 \$	Volet 1	25 000 \$
Festival international de musique actuelle de Victoriaville	É-A	35 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Grand Defi de Victoriaville	É-A	15 000 \$	Volet 1	0 \$
Mondial des cultures de Drummondville	É-A	105 000 \$	Volet 1	105 000 \$
CHARLEVOIX				
Festival international du Domaine Forget	É-A	65 000 \$	Volet 1	45 000 \$
Rêves d'automne, Festival de peinture	É-A	15 000 \$	Volet 2	12 500 \$
CHAUDIÈRE-APPALACHES				
Carrefour mondial de l'accordéon	É-A	22 000 \$	Volet 1	20 000 \$
Festival Couleurs du monde	É-A	50 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival Couleurs du monde	É-A	50 000 \$	Volet 3	0 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
Festival de l'Oie blanche	É-A	20 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival Promutuel de la relève de Thetford Mines	É-A	20 000 \$	Volet 2	10 000 \$
Festivent Ville de Lévis	É-A	300 000 \$	Volet 1	95 000 \$
Festivités western de Saint-Victor	É-A	30 000 \$	Volet 1	30 000 \$
Fête des chants de marins	É-A	10 000 \$	Volet 2	7 500 \$
Fête d'hiver de Saint-Jean-Port-Joli	H-P	10 000 \$	Volet 2	5 000 \$
DUPLESSIS				
Jamboree4x4Canada	É-A	15 000 \$	Volet 3	0 \$
GASPÉSIE				
Festival de sculptures d'art populaire de Saint-Ulric	É-A	6 000 \$	Volet 3	0 \$
Festival en chanson de Petite-Vallée	É-A	100 000 \$	Volet 1	75 000 \$
Festival Éole en musique	É-A	10 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival international de jardins	É-A	45 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival La Virée	É-A	15 000 \$	Volet 2	10 000 \$
Festival Musique du bout du monde	É-A	75 000 \$	Volet 1	45 000 \$
Festival Musique du bout du monde	É-A	50 000 \$	Volet 3	0 \$
ÎLES-DE-LA-MADELEINE				
Concours de châteaux de sable des Îles	É-A	15 000 \$	Volet 2	0 \$
Événements des Îles de la Madeleine (Saison des Îles)	É-A	40 000 \$	Volet 3	0 \$
LANAUDIÈRE				
Festi-Glace de la MRC Joliette	H-P	10 000 \$	Volet 2	5 000 \$
Festival Festi-Force Louis-Cyr	É-A	10 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival international de Lanaudière	É-A	260 000 \$	Volet 1	210 000 \$
Festival Mémoire et Racines	É-A	10 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival Rythmes et saveurs de Saint-Donat	É-A	40 000 \$	Volet 1	0 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
LAURENTIDES				
Bands&Bières&BBQ (ancien nom Rythmes Tremblant)	É-A	30 000 \$	Volet 1	0 \$
Festi Jazz Mont-Tremblant	É-A	20 000 \$	Volet 2	7 500 \$
Festival de la Rouge / Les Gardiens du Patrimoine Archéologiques	É-A	60 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival des arts de Saint-Sauveur	É-A	40 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Festival international du blues de Tremblant	É-A	90 000 \$	Volet 1	0 \$
Fête de la musique de Tremblant	É-A	20 000 \$	Volet 1	0 \$
Subaru Ironman 70.3 Mont-Tremblant	É-A	100 000 \$	Volet 1	100 000 \$
Subaru Ironman Mont-Tremblant (ancien nom : Championnat Nord-américain Subaru Ironman Mont-Tremblant)	É-A	300 000 \$	Volet 1	200 000 \$
LAVAL				
Symposium de peinture de sculpture de Sainte-Rose	É-A	15 000 \$	Volet 2	0 \$
MANICOUAGAN				
Festival de la chanson de Tadoussac	É-A	55 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Festivent Longue-Rive	É-A	10 000 \$	Volet 2	0 \$
MAURICIE				
Classique internationale de canots de la Mauricie	É-A	20 000 \$	Volet 2	7 500 \$
Classique internationale de canots de la Mauricie	É-A	20 000 \$	Volet 3	0 \$
Défis du Parc national de la Mauricie Shawinigan	É-A	7 500 \$	Volet 1	7 500 \$
Festival de la galette de sarrasin	É-A	75 000 \$	Volet 1	15 000 \$
Festival de la truite mouchetée de Saint-Alexis-des-Monts	É-A	15 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival de pêche aux petits poissons des chenaux	H-P	36 500 \$	Volet 2	15 000 \$
Festival international de danse encore	É-A	50 000 \$	Volet 1	40 000 \$
Festival international de la poésie	É-A	100 000 \$	Volet 1	65 000 \$
Festival western de Saint-Tite	É-A	475 000 \$	Volet 1	300 000 \$
FestiVoix de Trois-Rivières	É-A	75 000 \$	Volet 1	75 000 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
Grand Prix de Trois-Rivières	É-A	335 000 \$	Volet 1	235 000 \$
Trois-Rivières en Blues	É-A	15 000 \$	Volet 2	12 500 \$
MONTÉRÉGIE				
Expo de Saint-Hyacinthe	É-A	150 000 \$	Volet 1	110 000 \$
Festival de la gibelotte de Sorel-Tracy	É-A	100 000 \$	Volet 1	10 000 \$
Festival des couleurs de Rigaud	É-A	65 000 \$	Volet 2	0 \$
International de montgolfières de Saint-Jean-sur-Richelieu	É-A	535 000 \$	Volet 1	535 000 \$
Régates de Valleyfield	É-A	150 000 \$	Volet 1	125 000 \$
Saint-Lambert en Fête	É-A	20 000 \$	Volet 2	0 \$
MONTRÉAL				
Coupe du monde féminine de la FIFA 2015	É-A	1 380 000 \$	Volet 4	250 000 \$
Coupe du monde UCI de Cyclo-Cross de Montréal 2015	É-A	75 000 \$	Volet 4	0 \$
Coupe Rogers présentée par Banque Nationale	É-A	800 000 \$	Volet 5	700 000 \$
Escales Improbables de Montréal	É-A	10 000 \$	Volet 2	7 500 \$
Festival Bach de Montréal	H-P	20 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival Black & Blue de Montréal	É-A	70 000 \$	Volet 1	65 000 \$
Festival des films du monde	É-A	330 000 \$	Volet 5	0 \$
Festival du nouveau cinéma de Montréal	É-A	175 000 \$	Volet 1	115 000 \$
Festival Eurêka!	É-A	50 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Festival Go vélo Montréal	É-A	200 000 \$	Volet 1	125 000 \$
Festival Heavy Montréal	É-A	150 000 \$	Volet 1	90 000 \$
Festival iF3 - Festival international du film de Freeski	É-A	15 000 \$	Volet 2	10 000 \$
Festival Igloofest	H-P		Volet 1	80 000 \$
Festival international de films Fantasia®	É-A	120 000 \$	Volet 1	60 000 \$
Festival international de jazz de Montréal	É-A	1 000 000 \$	Volet 1	1 000 000 \$
Festival international de musique pop Montréal	É-A	55 000 \$	Volet 1	45 000 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
Festival international de percussions (FIP)	É-A	150 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Festival international Nuits d'Afrique	É-A	100 000 \$	Volet 1	60 000 \$
Festival Juste pour rire	É-A	1 000 000 \$	Volet 1	1 000 000 \$
Festival Juste pour rire - Volet 3	É-A	25 000 \$	Volet 3	25 000 \$
Festival mode & design Montréal	É-A	100 000 \$	Volet 3	0 \$
Festival mode & design Montréal	É-A	0 \$	Volet 1	100 000 \$
Festival mondial de musique des femmes d'ici et d'ailleurs	É-A	171 146 \$	Volet 3	0 \$
Festival Montréal en Lumière	H-P	700 000 \$	Volet 1	500 000 \$
Festival Musique et Arts Osheaga	É-A	400 000 \$	Volet 1	280 000 \$
Festival Zoofest	É-A	150 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Festival Zoofest	É-A	25 000 \$	Volet 3	0 \$
Fierté Montréal	É-A	80 000 \$	Volet 1	60 000 \$
FrancoFolies de Montréal (Les)	É-A	700 000 \$	Volet 1	550 000 \$
International des feux Loto-Québec (L')	É-A	425 000 \$	Volet 1	330 000 \$
Marathon Oasis de Montréal	É-A	50 000 \$	Volet 5	0 \$
Mode en folie	É-A	30 000 \$	Volet 2	0 \$
Mondial des Jeux	É-A	175 000 \$	Volet 3	0 \$
Montréal complètement cirque	É-A	300 000 \$	Volet 1	130 000 \$
Mutek	É-A	100 000 \$	Volet 1	75 000 \$
Noël 2015	H-P	50 000 \$	Volet 3	0 \$
Piknic Électronik	É-A	75 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Présence autochtone	É-A	100 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Rendez-vous du cinéma québécois	H-P	60 000 \$	Volet 1	60 000 \$
Semaine italienne de Montréal	É-A	50 000 \$	Volet 1	20 000 \$
OUTAOUAIS				
Amnesia Rockfest Petite-Nation	É-A	500 000 \$	Volet 1	65 000 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
Bal de Neige - Domaine des flocons	H-P	50 000 \$	Volet 1	30 000 \$
Championnat mondial de chiens de traîneau sur terre battue à Bristol	H-P	21 000 \$	Volet 3	0 \$
Festival de montgolfières de Gatineau	É-A	350 000 \$	Volet 1	200 000 \$
Festival des cultures Molokai	É-A	20 000 \$	Volet 3	0 \$
Festival L'Outaouais en fête	É-A	80 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival western Saint-André-Avellin rodéo professionnel	É-A	25 000 \$	Volet 1	0 \$
Gatineau Loppet	H-P	100 000 \$	Volet 1	0 \$
Grands Feux du Casino du Lac-Leamy	É-A	115 000 \$	Volet 1	65 000 \$
Tour de ski Canada 2016 - Gatineau	H-P	150 000 \$	Volet 4	85 000 \$
QUÉBEC				
Bella Baie 2015	É-A	50 000 \$	Volet 4	0 \$
Bordeaux fête le vin à Québec 2015	É-A	75 000 \$	Volet 1	35 000 \$
Carnaval de Québec	H-P	1 000 000 \$	Volet 1	650 000 \$
Carrefour international de théâtre de Québec	É-A	100 000 \$	Volet 1	80 000 \$
ComediHa ! Fest-Québec	É-A	500 000 \$	Volet 1	350 000 \$
Coupe Memorial MasterCard 2015	É-A	125 000 \$	Volet 4	125 000 \$
Festibière de Québec	É-A	25 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival d'été de Québec	É-A	1 000 000 \$	Volet 1	1 000 000 \$
Festival Envol et Macadam	É-A	30 000 \$	Volet 1	15 000 \$
Fête Arc-en-ciel de Québec	É-A	10 000 \$	Volet 2	5 000 \$
Fêtes de la Nouvelle-France	É-A	200 000 \$	Volet 1	125 000 \$
Grands Feux Loto-Québec	É-A	250 000 \$	Volet 1	250 000 \$
Grands Prix cyclistes de Québec et de Montréal	É-A	230 000 \$	Volet 5	230 000 \$
Grands Prix cyclistes de Québec et de Montréal	É-A	200 000 \$	Volet 3	0 \$
Marathon SSQ Lévis-Québec	É-A	85 000 \$	Volet 1	55 000 \$
Pentathlon des neiges	H-P	30 000 \$	Volet 1	18 000 \$

Question RP2-24 Sujet : Festivals et événements

Nom de l'événement	Saison	Somme demandée*	Volet	Montant accordé 2015-2016
Red Bull Crashed Ice 2015	H-P	200 000 \$	Volet 5	175 000 \$
Snowboard Jamboree - Coupe du monde FIS de snowboard de Québec et Stoneham	H-P		Volet 1	125 000 \$
Tour de ski Canada 2016 - Québec et Montréal	H-P	300 000 \$	Volet 4	220 000 \$
Tournoi international de hockey pee-wee de Québec	H-P	60 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Vélirium - Festival international de vélo de montagne et Coupe du monde UCI du Mont-Sainte-Anne	É-A	100 000 \$	Volet 1	95 000 \$
SAGUENAY-LAC-SAINT-JEAN				
Festirame	É-A	25 000 \$	Volet 1	15 000 \$
Festival des bières du monde de Saguenay (FBM)	É-A	15 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival du bleuets de Dolbeau-Mistassini	É-A	25 000 \$	Volet 1	0 \$
Festival du cowboy de Chambord	É-A	25 000 \$	Volet 2	0 \$
Festival international des arts de la marionnette à Saguenay	É-A	65 000 \$	Volet 1	30 000 \$
Festival international des rythmes du monde	É-A	75 000 \$	Volet 1	50 000 \$
Festival jazz et blues de Saguenay	H-P	25 000 \$	Volet 1	17 500 \$
Festival Saint-Honoré dans l'Vent	É-A	25 000 \$	Volet 1	12 500 \$
Jonquière en musique	É-A	50 000 \$	Volet 1	20 000 \$
Regard sur le court métrage au Saguenay	H-P	40 000 \$	Volet 1	30 000 \$
Traversée internationale du lac Saint-Jean	É-A	55 000 \$	Volet 1	45 000 \$

*Les montants demandés sont indiqués uniquement pour les nouvelles demandes reçues puisque l'information est non applicable pour les événements bénéficiant d'ententes pluriannuelles.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 25

Sommes allouées en 2015-2016 dans le cadre du programme d'aide financière aux associations touristiques sectorielles. Fournir la liste détaillée des bénéficiaires et les montants reçus. Ventiler par région et par circonscription. Préciser le nombre de demandes reçues et les refus.

Question RP2-25 Sujet : Associations touristiques sectorielles

Les données présentées dans les tableaux ci-dessous correspondent aux montants accordés :

ASSOCIATIONS TOURISTIQUES SECTORIELLES	2015-2016	
	Développement	Mise en marché
Agences réceptives et forfaitistes du Québec	38 351 \$	8 543 \$
Association québécoise des spas	73 288 \$	0 \$
Association de l'Agrotourisme et du Tourisme gourmand	115 243 \$	16 155 \$
Association des professionnels de congrès du Québec	56 299 \$	26 532 \$
Associations des hôteliers du Québec	19 329 \$	0 \$
Fédération des transporteurs par autobus du Québec	20 070 \$	5 468 \$
Association des stations de ski du Québec	155 102 \$	33 755 \$
Camping Québec	17 897 \$	0 \$
Association des terrains de golf du Québec	60 134 \$	0 \$
Association maritime du Québec	49 089 \$	16 375 \$
Aventure et Écotourisme Québec	173 498 \$	37 158 \$
Fédération des clubs de motoneigistes du Québec	40 907 \$	15 892 \$
Fédération des pourvoiries du Québec	78 082 \$	87 000 \$
Hôtellerie Champêtre	31 141 \$	0 \$
Société des attractions touristiques du Québec / Festivals et événements Québec	130 558 \$	91 000 \$
Société des musées québécois	126 557 \$	0 \$
Société du réseau Économusée	90 200 \$	19 436 \$
Tourisme autochtone Québec	124 256 \$	29 788 \$
SOUS-TOTAL :	1 400 000 \$	387 102 \$
TOTAL :	1 787 102 \$	

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 26

Sommes allouées en 2015-2016 dans le cadre du programme d'aide financière aux congrès. Fournir la liste détaillée des bénéficiaires et les montants reçus. Ventiler par région et par circonscription. Préciser le nombre de demandes reçues et les refus.

Le ministère du Tourisme a suspendu ce programme en 2013-2014.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 27

Sommes allouées en 2015-2016 dans le cadre du **programme de partenariats promotionnels** sur les **marchés hors-Québec**. Fournir la liste détaillée des bénéficiaires, les montants reçus et une description du projet. Ventiler par région et par circonscription. Préciser le nombre de demandes reçues et les refus.

Question RP2-27

Sujet : Partenariat promotionnel

ACTIONS ET OUTILS DE PROMOTION ET COMMERCIALISATION

Région	Circonscription du bénéficiaire	Bénéficiaire	Nature du projet	Montant accordé
Montréal	Westmount-Saint-Louis	Tourisme Montréal	Campagne de promotion des croisières internationales auprès des agences de voyage et des consommateurs.	50 000 \$
Montréal	Hochelaga-Maisonneuve	Société des attractions touristiques du Québec	Campagne annuelle QuébecMusts 2015-2016 pour la promotion des « Must See Attractions et Events ».	60 000 \$
Capitale-Nationale	Vanier-Les Rivières	Fédération des pourvoiries du Québec	Campagne promotionnelle chasse et pêche 2015-2016 pour la promotion des produits chasse et pêche en pourvoirie.	75 000 \$
Saguenay-Lac-Saint-Jean	Chicoutimi	Association touristique régionale du Saguenay-Lac-Saint-Jean	Stratégie de développement et de mise en marché hors Québec du tourisme religieux et spirituel.	70 000 \$
Laval	Laval-des-Rapides	ATR associées du Québec	Campagne promotionnelle Motoneige 2015-2016 sur le marché canadien et des États-Unis.	100 000 \$
Laval	Laval-des-Rapides	ATR associées du Québec	Campagne promotionnelle Ski 2015-2016 sur le marché canadien et des États-Unis.	275 000 \$
Côte-Nord	René-Lévesque	Tourisme Côte-Nord/Manicouagan	Campagne COOP-Baleines 2015 visant la promotion du produit « baleines » ainsi que des régions touristiques de Manicouagan, de Charlevoix, du Bas-Saint-Laurent et le Parc marin du Saguenay/St-Laurent.	300 000 \$

Question RP2-27

Sujet : Partenariat promotionnel

Région	Circonscription du bénéficiaire	Bénéficiaire	Nature du projet	Montant accordé
Tremblant	Laurentides Labelle	Association de villégiature	Réalisation d'un plan marketing de la clientèle affaires (450 000 \$ sur 2 ans).	35 937 \$
Laval	Sainte-Rose	Aventure Écotourisme Québec	Accroître l'achalandage des microsites, effectuer divers placements média et acheter des mots clés sur le moteur de recherche de Google.	60 000 \$
Bas-Saint-Laurent	Rimouski	Association des croisières du Saint-Laurent	Activités de promotion/démarchage, coordination du déploiement de la politique d'accueil, gestion d'un programme coop de promotion avec les escales et d'un programme coop en matière de transport terrestre (887 875 \$ sur 3 ans)	275 000 \$
Montréal	Hochelaga-Maisonneuve	Kéroul	Entente triennale 2015-2018 pour des activités de promotion, de formation, de recherche, de représentation et de commercialisation dans le cadre du tourisme accessible au Québec.	200 000 \$
Capitale-Nationale, Montréal	Taschereau, Saint-Jacques	America Line N.V.	Campagne promotionnelle pour accroître l'achalandage des croisiéristes sur le fleuve Saint-Laurent en été (575 000 \$ sur 3 ans).	300 000 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 28

Sommes allouées en 2015-2016 dans le cadre du programme d'aide stratégique aux questions projets touristiques. Fournir la liste détaillée des bénéficiaires, les montants reçus et une description du projet. Ventiler par région et par circonscription. Préciser le nombre de demandes reçues et les refus.

La réponse à cette question est transmise par la Société du Plan Nord.

2016-2017

Ministère du Tourisme
Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 29

Sommes allouées en 2015-2016 dans le cadre du programme d'aide stratégique aux questions projets touristiques. Fournir la liste détaillée des bénéficiaires, les montants reçus et une description du projet. Ventiler par région et par circonscription. Préciser le nombre de demandes reçues et les refus.

Question RP2-29 Sujet : Aide stratégique

Aucune.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 30

Subventions accordées en 2015-2016 en vertu du programme d'aide stratégique aux projets touristiques.
Préciser par région :

- a) liste des bénéficiaires;
- b) brève description des projets;
- c) aide accordée.

Question RP2-30 Sujet : Aide stratégique

Aucune.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers - 2^e Opposition

QUESTION 31

Liste des actions entreprises par le ministère du Tourisme du Québec dans le cadre du **Plan Nord**. Ventiler par dépenses et par projets.

INTERNE

La Stratégie touristique québécoise au nord du 49e parallèle, lancée en novembre 2011 dans le cadre du Plan Nord, vise à faire du Nord une destination de classe mondiale qui procure une expérience touristique authentique, exceptionnelle et sécuritaire, alliant la cohabitation des communautés locales et autochtones et le respect de la nature dans une perspective de développement entrepreneurial et d'enrichissement collectif.

Élaborée en concertation étroite avec les partenaires des régions concernées, cette stratégie a une portée de dix ans.

Les priorités d'action 2015-2020 dans le secteur touristique sont de :

- Soutenir le développement de projets touristiques structurants au nord du 49e parallèle;
- Appuyer les gestionnaires d'entreprises touristiques afin d'améliorer leurs compétences et celles de leur main-d'œuvre;
- Élaborer des outils de commercialisation compatibles avec l'image de marque du Québec;
- Acquérir des connaissances stratégiques sur le tourisme nordique;
- Favoriser la mise en place de maisons touristiques régionales multifonctionnelles;
- Diversifier les activités des pourvoiries du Nord.

Les projets annoncés en 2015-2016 sont présentés à la question 28.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 32

Liste et détail de tous les contrats octroyés sans appel d'offres en 2015-2016 par la **Société du Palais des congrès de Montréal**, en indiquant le montant de chacun des contrats, la date d'octroi, le bénéficiaire et la justification du mode d'octroi.

CONTRAT	MONTANT	DATE D'OCTROI	BÉNÉFICIAIRE	JUSTIFICATION DU MODE D'OCTROI
Enregistrement du site web 5148686677.com	60,00 \$	18-06-2015	Rapidenet.ca	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Service de recouvrement	199,00 \$	13-06-2015	RMS	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Backup Exect 1 serveur	230,00 \$	23-03-2016	Hypertec	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciel Planetpress	300,00 \$	14-10-2015	Formplus Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien préventif des horodateurs	585,00 \$	01-02-2016	Techni-Max	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Support et entretien logiciel Antidote HD	600,00 \$	01-04-2015	Druide	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien compteurs de billets	705,92 \$	02-10-2015	Entreprise Yvon	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Support logiciel boîtes vocales	855,50 \$	06-11-2015	TC Telecom	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Airwatch	873,50 \$	24-11-2015	Insight	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Location bouteilles gaz propane	882,72 \$	15-12-2015	Linde Canada	Gré à gré Biens sous le seuil des 25 000 \$
Support technique logiciel de stationnement	900,00 \$	15-10-2015	Groupe CDS	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien des extincteurs	942,50 \$	09-07-2015	Viking	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Services de conférences	960,00 \$	18-09-2015	Conference Dialogue	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Location unité d'oxygène	1 125,00 \$	01-03-2016	Servoxy	Gré à gré Biens sous le seuil des 25 000 \$
Inspection visuelle annuelle des équipements au toit	1 200,00 \$	29-04-2015	FIX Système Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Lignes d'urgence	1 560,00 \$	21-01-2016	Telus Québec Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Hébergement des vidéos pour la visite virtuelle 360 degrés	1 644,00 \$	01-09-2015	KromosDesign	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien portes piétonnières	1 785,37 \$	10-07-2015	Stanley	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Service de câblodistribution	1 882,20 \$	26-10-2015	Vidéotron Ltée	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$

CONTRAT	MONTANT	DATE D'OCTROI	BÉNÉFICIAIRE	JUSTIFICATION DU MODE D'OCTROI
Certificat wildcard SSSL	1 972,20 \$	28-01-2016	DigiCert Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien équipement de stationnement	2 372,88 \$	01-12-2015	Electromega	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Support logiciel NetDC	2 475,00 \$	12-11-2015	Larmur	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciel Citrix Presentation Server Enterprise	2 484,42 \$	29-03-2016	Citrix Systems	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Animation durant le Gala des Ambassadeurs	2 500,00 \$	27-11-2015	Ève-Marie Lortie	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Revue de presse	2 519,55 \$	01-04-2015	CSPQ	CSPQ Sous le seuil des 100 000 \$
Droits de reproduction	2 558,40 \$	01-04-2015	Copibec	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciel sondage satisfaction à la clientèle	2 640,00 \$	09-03-2016	Acquiro Systems	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Transport des valeurs	2 749,44 \$	10-03-2016	Garda	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Support du système de jalonnement dynamique	2 858,40 \$	01-04-2015	Ville de Montréal	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien des portes de garage	3 140,00 \$	16-04-2015	Les Services de portes Canada	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien des détecteurs CO ₂	3 437,50 \$	22-01-2016	RG Technilab	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Service anti-pourriels	3 989,16 \$	30-11-2015	Zerospam	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Redevances (permis) pour appareils de levage	4 078,50 \$	18-12-2015	Régie du bâtiment du Québec	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciel SAP	4 180,00 \$	18-12-2015	SAP Canada	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Préparation plans et devis pour remplacement de porte à enroulement	4 400,00 \$	05-02-2016	JBC Architectes	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien extincteurs des cuisines	4 428,00 \$	30-06-2015	Safety First	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$

Question RP2-32

Sujet : Contrats Société du Palais des congrès de Montréal

CONTRAT	MONTANT	DATE D'OCTROI	BÉNÉFICIAIRE	JUSTIFICATION DU MODE D'OCTROI
Licence et analyse Média (presse électronique)	4 500,00 \$	08-01-2016	Meltwater News Canada Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciels C2 (8 licences)	4 639,64 \$	01-10-2015	C2 Innovations	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Support sur licences Maximo	4 711,00 \$	12-02-2016	IBM	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Licence Radio	4 775,00 \$	22-03-2016	Industrie Canada	Exclusif Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien des chaudières au gaz naturel	4 815,00 \$	21-09-2015	Progaz D.M.N. Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Contrôle parasitaire	4 944,00 \$	19-11-2015	Cannon Hygiène	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Amélioration du sondage de satisfaction à la clientèle	5 200,00 \$	21-03-2016	Acquito Systems	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Service et entretien librairie de sauvegarde automatisée	5 266,01 \$	11-09-2015	Spectra Logic Corporation	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Maintenance et vigile site web	5 700,00 \$	01-04-2015	Idéali	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciel Softicket	6 450,00 \$	01-04-2015	Dator	Exclusif Sous le seuil des 100 000 \$
Programme d'aide aux employés	6 450,00 \$	02-04-2015	Morneau Shepell	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Vérification structurale de l'immeuble	6 500,00 \$	17-12-2015	Elema	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Lien fibre entre la Place des Arts et le Palais des congrès de Montréal	6 636,66 \$	13-11-2015	Fibre noire	Gré à gré Biens sous le seuil des 25 000 \$
SMA Genetec pour sécurité	6 890,00 \$	25-09-2015	Panavideo	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien logiciel Symantec Backupexec	9 404,49 \$	31-03-2016	Hypertec	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Service d'envoi de courriels	9 600,00 \$	15-04-2015	Publipage	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Diffusion de communiqués de presse	12 000,00 \$	01-04-2015	CNW Telbec	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$

Question RP2-32

Sujet : Contrats Société du Palais des congrès de Montréal

CONTRAT	MONTANT	DATE D'OCTROI	BÉNÉFICIAIRE	JUSTIFICATION DU MODE D'OCTROI
Quote-part nettoyage lien piétonnier commun SITQ-Centre de commerce mondial	12 945,48 \$	13-05-2015	SITQ	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Licence et support pour solution Wi-Fi Flex IP	13 350,00 \$	16-02-2016	Freeman	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Planification, organisation et coordination d'événements	14 560,00 \$	03-07-2015	Tribu PCO Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Mise en place portail gouvernance	15 210,00 \$	24-02-2016	Réseau C.A.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Installation d'un système de monitoring de charge sur un monte-charge	16 684,00 \$	16-10-2015	Kone	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Licence et support technique pour logiciel DABO	18 000,00 \$	01-06-2016	UCTRIX Inc.	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien hottes des cuisines	19 100,00 \$	15-05-2015	Cadexair	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Modifications au logiciel RH	20 705,00 \$	15-09-2015	Tandem RH	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Entretien préventif UPS	21 213,47 \$	22-03-2016	Eaton	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$
Analyse, design, plans et devis, estimations en référence à la réfection d'un monte-charge	24 535,00 \$	08-04-2015	Exim	Gré à gré Sous le seuil des 100 000 \$

Pour les contrats de plus de 25 000 \$, l'information se trouve aux engagements financiers qui feront l'objet d'une étude particulière par la Commission de l'administration publique et ces informations sont aussi disponibles sur le système électronique d'appel d'offres du gouvernement du Québec : <https://seao.ca/>

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 33

Liste et détail de tous les contrats octroyés sans appel d'offres en 2015-2016 par la **Société du Centre des congrès de Québec**, en indiquant le montant de chacun des contrats, la date d'octroi, le bénéficiaire et la justification du mode d'octroi.

Question RP2-33 Sujet : Contrats Société du Centre des congrès de Québec

APEQ	2015-09-28	800,00 \$	Gré à Gré
Bright Business Media	2015-08-25	13 315,84 \$	Gré à Gré
Groupe Pages Jaunes	2015-05-26	2 503,80 \$	Gré à Gré
Groupe Pages Jaunes	2015-11-03	2 654,40 \$	Gré à Gré
Journal.ca inc.	2015-09-30	2 500,00 \$	Gré à Gré
Journal Les Affaires	2015-04-23	6 030,00 \$	Gré à Gré
ICCA The International Meetings Ass.	2015-03-24	4 049,91 \$	Gré à Gré
Ignite Magazine	2015-07-02	5 400,00 \$	Gré à Gré
Ignite Magazine	2015-10-01	5 450,00 \$	Gré à Gré
Le Soleil	2015-10-08	4 187,95 \$	Gré à Gré
Le Devoir	2015-10-08	8 600,00 \$	Gré à Gré
MediaEdge Publishing inc.	2015-04-02	3 500,00 \$	Gré à Gré
MediaEdge Publishing inc.	2015-10-27	3 600,00 \$	Gré à Gré
MediaEdge Publishing inc.	2015-11-24	31 122,00 \$	Gré à Gré
Meet and Travel Mag	2015-06-02	4 915,25 \$	Gré à Gré
Meet and Travel Mag	2016-02-01	5 557,40 \$	Gré à Gré
Multiview inc.	2016-03-04	2 024,25 \$	Gré à Gré
Naylor Canada inc.	2015-04-27	2 079,50 \$	Gré à Gré
Naylor Canada inc.	2015-08-18	2 029,00 \$	Gré à Gré
Naylor Canada inc.	2015-08-21	1 599,50 \$	Gré à Gré
Newcom Business Media inc.	2015-09-17	2 274,00 \$	Gré à Gré
Université Laval	2015-11-12	5 400,00 \$	Gré à Gré
Université Laval	2015-11-25	6 050,00 \$	Gré à Gré

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 34

Liste et détail de tous les contrats octroyés sans appel d'offres en 2015-2016 par la **Régie des installations olympiques**, en indiquant le montant de chacun des contrats, la date d'octroi, le bénéficiaire et la justification du mode d'octroi.

Question RP2-34 Sujet : Contrats Régie des installations olympiques

Contrats octroyés sans appel d'offres (de gré à gré)

Nom du fournisseur	Date de commande	Description	Mode d'octroi	Montant du contrat \$
6055621 Canada Inc. - QAMS inc.	2015-10-27	Service de prise d'inventaire - Équipement de restauration	LCOP14	15 600
AGPI-Association des Gestionnaires des Parcs Immobiliers institutionnels	2015-10-06	Mandat pour amélioration des outils énergétiques	LCOP14	25 000
AGPI-Association des Gestionnaires des Parcs Immobiliers institutionnels	2015-10-06	Honoraires pour le programme d'intégration de concept à la réalisation du projet Entreprise de Services Éconergétiques (ESE)	LCOP14	40 000
Anita Mastrogiuseppe	2015-10-14	Contrat ouvert - formation conseillère en développement des marchés	LCOP14	2 450
Ascenseurs Laval inc.	2015-04-29	Entretien et réparation du funiculaire extérieur de la Tour	LCOP13.4	830 000
COGECO Diffusion Acquisitions inc.	2015-06-08	Acquisitions - 173 spots radio de 30 sec. à radio 98,5FM	LCOP14	14 040
Corporation Sun Media	2014-12-23	Publicité - 24H 2 parutions 1/3 page couleur	LCOP14	2 000
Création Choc inc.	2015-05-22	Régisseur principal à la programmation Esplanade	LCOP14	7 949
Création Choc inc.	2015-09-01	Honoraires direction de production concert OSM	LCOP14	4 012
Do.Co.Mo.Mo Québec	2014-11-27	Étude patrimoniale du Parc olympique	LCOP14	29 447
Globelite Travel Marketing inc.	2015-02-13	Publicité - The Travel Guides to Canada 1/2 page couleur	LCOP14	3 000
Grayline Coach Canada	2015-04-24	Publicité - Grayline 1 page couleur	LCOP14	3 000
Hôtels TV	2015-04-24	Diffusion d'un 30 sec. vidéo du 15 juin 2015 au 15 juin 2016	LCOP14	3 500
La Presse Itée	2015-05-06	Espaces publicitaires pour l'ouverture du Centre Sportif	LCOP14	7 230
L'Office des congrès et du tourisme du grand Montréal Inc.	2015-02-03	Entente de partenariat 2015-2016 et espace publicitaire dans le guide et carte	LCOP 1	38 515
Macogep	2015-08-19	Honoraires - Gestion de risques - projet de réfection de la Tour	LCOP14	32 000
Manon McHugh	2015-05-22	Régisseur principal à la programmation Esplanade	LCOP13.4	142 146

Question RP2-34 Sujet : Contrats Régie des installations olympiques

Nom du fournisseur	Date de commande	Description	Mode d'octroi	Montant du contrat \$
Marie-Andrée Johnson	2015-05-22	Régisseur à la programmation de l'Esplanade	LCOP14	89 537
Médias Transcontinental SENC	2014-12-23	Publicité - 3 hebdos quartier 1 parution	LCOP14	2 194
Médias Transcontinental SENC	2015-06-03	Publicité - 3 hebdos quartier 1 parution	LCOP14	2 194
Métromédia CMR Plus Inc.	2015-06-04	Location espace / temps pour 460 affiches voitures métro OSM & CSPO	LCOP14	24 140
Montacier International inc.	2015-02-18	Entretien et inspection de la toiture souple du Stade olympique	LCOP13.4	900 000
Montreal Families E-Newsletter	2015-02-09	Publicité - 1 page couleur avec partenaires Impact et StarCité	LCOP14	2 100
Publicité Mégapose Inc.	2015-05-28	Production - Affiches voitures métro	LCOP14	3 350
Quebecor Média Affichage	2015-08-10	Frais de publicité - Abribus, CSPO et Esplanade	LCOP14	25 278
Robert Perron Communications Inc.	2015-04-28	Location espace publicitaire 2 présentoirs dans Vieux-Montréal	LCOP14	3 500
Sarnet inc.	2015-10-26	Achat espace publicitaire Marions-nous Réceptions Est	LCOP14	3 745
Société de contrôle Johnson ltée	2014-11-26	Entretien des refroidisseurs de la centrale thermique	LCOP14	90 543
Société des attractions touristiques du Québec	2015-03-27	Espace publicitaire Guide vacances QC, quebecvacances.com et entente partenariat annuel	LCOP 1	8 604
Société en Commandite Transport de Valeurs Garda	2015-03-10	Service de transport d'argent, de chèques et valeurs par camion blindé	LCOP14	7 812
Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction	2015-10-28	Droits d'auteur - frais licence Copibec	LCOP14	4 018
Steve Flanagan inc.	2014-11-17	Stratégie et guide de gestion des communications en temps d'urgence pour le Parc olympique	LCOP14	20 000
Vidéotron ltée	2014-11-06	Service du câble Vidéotron	LCOP14	16 000
Ziegler Arno	2015-02-18	Honoraires professionnels / recherche partenariats et commandites	LCOP14	42 000

Mode d'octroi de contrat :

LCOP1 = Organisme public

LCOP13.4 = Appel d'offres ne servirait pas l'intérêt public

LCOP14 = Gré à gré

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 35

Investissements depuis 2004-2005 pour l'entretien et la rénovation de chaque installation du **Parc Olympique de Montréal**. Prévisions pour 2016-2017.

Question RP2-35 Sujet : Investissements Parc Olympique de Montréal

2014-2015	Général	Stade	Centre Sportif	Aires Extérieures	Tour	Total
	\$	\$	\$	\$	\$	\$
Entretien	5 538 188	2 406 134	630 433	454 967	371 831	9 401 552
Rénovation	4 760 151	4 837 699	8 132 745	2 144 477	2 534 260	22 409 333

Les dépenses d'entretien représentent les charges de maintenance régulière du Parc olympique. Les sommes excluent les dépenses d'énergie et d'amortissement et les projets aux surplus réservés. Les rénovations sont constituées des projets majeurs capitalisables et non capitalisables incluant le projet de l'Institut national du Sport du Québec.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 36

Liste des manifestations touristiques, autres que les festivals et les événements, qui ont reçu une aide financière du ministère en 2015-2016. Indiquer le montant de la subvention et le programme.

Question RP2-36 Sujet : Manifestation touristique

Aucune aide financière accordée à une manifestation touristique autre qu'un festival ou un événement.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 37

Sommes engagées et ventilées en 2015-2016 pour le site BonjourQuébec.com et prévisions pour 2016-2017.
Fournir le détail des visites hebdomadaires ou mensuelles sur le site (nombre de clics) et comparer avec les
3 années précédentes.

Question RP2-37 Sujet : Site BonjourQuébec.com

Sommes engagées en 2015-2016 pour le site QuebecOriginal.com (bonjourquebec.com), les applications mobiles et le système de réservation en ligne

Dépenses 2015-2016	Montant	Commentaires
SQGD*	3 417 628 \$	Infrastructure du SQGD, hébergement et maintenance des sites, dépenses en développement, notamment pour la plateforme de réservation en ligne et la refonte du système de gestion de contenu des sites Web
Refonte du site touristique officiel	100 659 \$	Optimisation technologique et applicatif du site touristique officiel du gouvernement du Québec www.quebecoriginal.com
Rédaction, révision et traduction	42 836 \$	
Gestion du site web china.bonjourquebec.com	4 875 \$	
Production des brochures virtuelles	660 \$	

*SQGD : Système québécois de gestion de la destination

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 38

Sommes engagées en 2015-2016 dans le processus d'entretien du stade olympique, en incluant le toit.
Ventiler les montants.

Prévisions pour 2016-2017.

Question RP2-38 Sujet : Entretien du stade olympique

Entretien : 2 406 134 \$

Rénovation : 4 968 447 \$

Les coûts relatifs à l'entretien spécifique de la toiture ont été de 145 k\$.

Les dépenses d'entretien représentent les charges de maintenance régulière du Parc olympique. Les sommes excluent les dépenses d'énergie et d'amortissement et les projets aux surplus réservés. Les rénovations sont constituées des projets majeurs capitalisables et non capitalisables.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 39

Ventilation de l'ensemble des montants consacrés à des études, analyses, rapports ou autres concernant le remplacement du toit du stade pour chaque année financière depuis 2010-2011, en fournissant la liste des documents commandés ou produits par le ministère à ce sujet.

Question RP2-39 Sujet : Toit du stade

Les frais d'études, pour le dossier de remplacement de la toiture du Stade ont été, ont été de 303 335 \$ en 2014-2015.

2016-2017

Ministère du Tourisme
Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 40

Fournir les derniers états financiers disponibles de la RIO.

Question RP2-40 Sujet : États financiers RIO

Les états financiers au 31 octobre 2015 sont joints en annexe.

LES ÉTATS FINANCIERS

ANALYSE DES RÉSULTATS

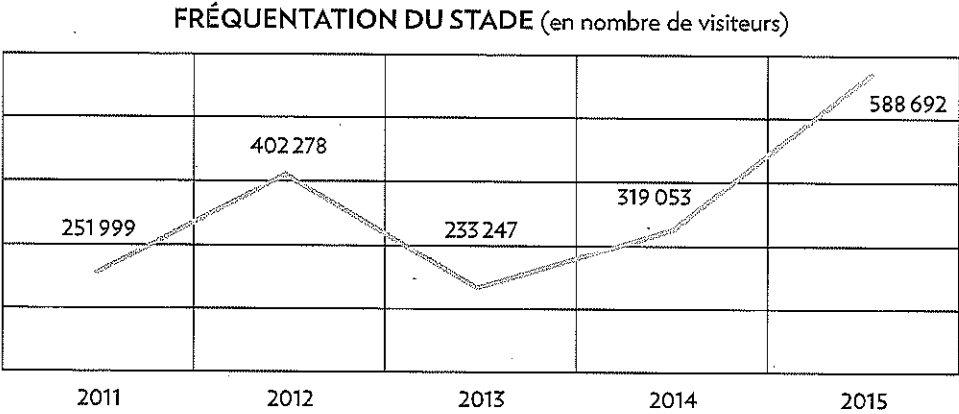
Le Parc olympique réalise un excédent de 7,5 millions de dollars pour l'exercice 2014-2015, ce qui représente une amélioration de 10,5 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent. Ce résultat inclut un gain réalisé sur la disposition du terrain où se situe le cinéma StarCité Montréal (2 millions de dollars) ainsi qu'un revenu de réclamation de dommages lié à l'effondrement de la dalle de stationnement survenu en 2012 (3,4 millions de dollars).

Hormis ces éléments exceptionnels, le Parc olympique a amélioré ses résultats de 5,6 millions de dollars.

(en millions de dollars)	2014-2015	2013-2014	Écart
REVENUS	58,3	46,4	11,9
CHARGES	50,8	49,4	1,4
EXCÉDENT (DÉFICIT)	7,5	(3,0)	10,5
Éléments exceptionnels			
Revenus de réclamation nets	(3,4)	(0,5)	(2,9)
Gain net à la disposition d'immobilisation	(2,0)	0,0	(2,0)
Sous-total	(5,4)	(0,5)	(4,9)
EXCÉDENT (DÉFICIT) DES OPÉRATIONS APRÈS ÉLÉMENTS EXCEPTIONNELS	2,1	(3,5)	5,6

La tenue d'événements d'envergure au Stade a contribué de manière importante aux résultats d'opération (3,8 millions de dollars). La Coupe du monde de soccer féminine de la FIFA, les matchs de l'Impact en Ligue des champions, les concerts de AC/DC et One Direction ont généré une hausse de la fréquentation au Stade de près de 85 %, passant de 319 053 à 588 692 visiteurs par rapport à l'exercice précédent.

Globalement, les charges opérationnelles ont baissé, entre autres, en raison d'une diminution des coûts de l'énergie, des frais reliés à l'entretien de la toiture et des charges administratives.

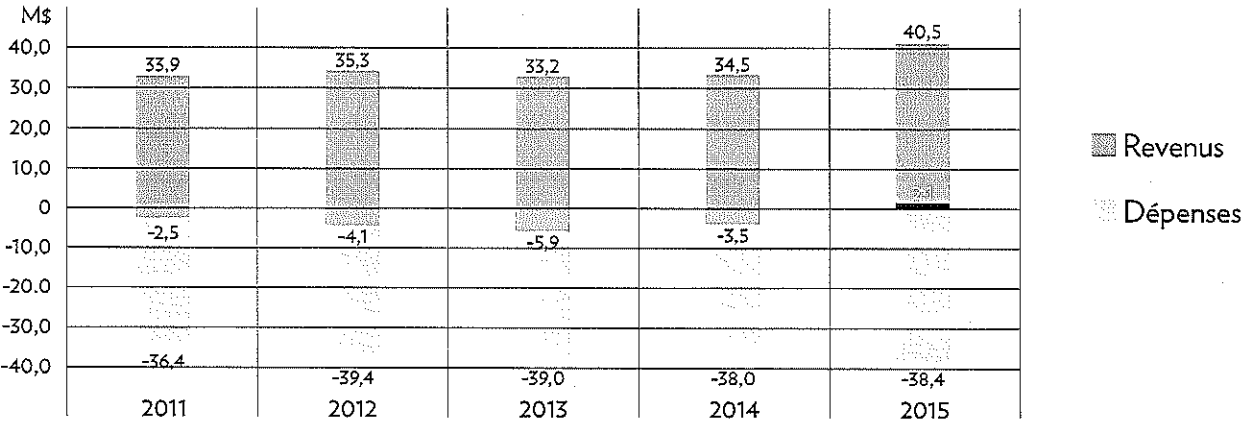


ÉTATS FINANCIERS

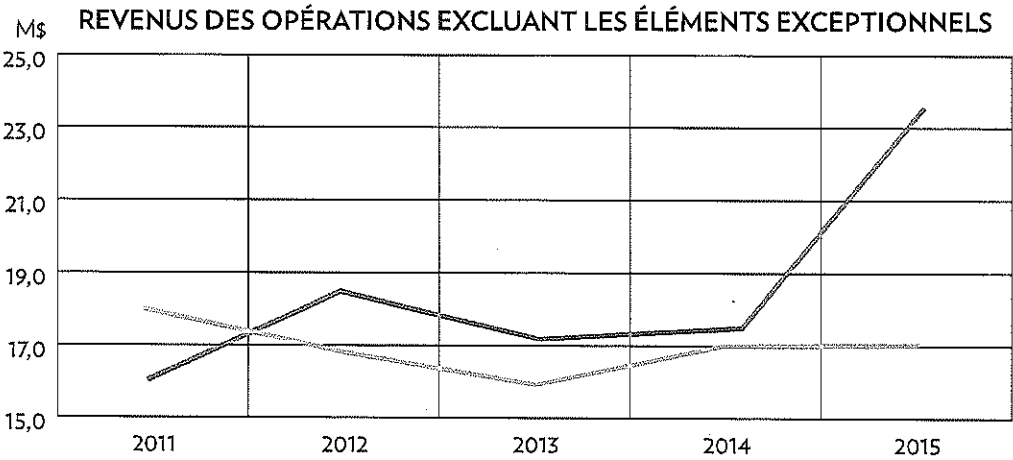
ANALYSE DES RÉSULTATS (SUITE)

Le graphique suivant montre l'évolution de la situation des revenus, des charges et des excédents (déficits) des opérations courantes depuis l'exercice 2010-2011. Les revenus et les charges des opérations courantes excluent les éléments exceptionnels, les virements de subventions reportées et les charges qui s'y rattachent.

REVENUS, CHARGES ET EXCÉDENT (DÉFICIT) DES OPÉRATIONS COURANTES



Le graphique ci-dessous illustre l'évolution des revenus autonomes des opérations courantes et de la subvention de fonctionnement sur la même période.



	2011	2012	2013	2014	2015
Revenus autonomes	16,0	18,5	17,2	17,5	23,5
Subvention de fonctionnement	17,9	16,8	16,0	17,0	17,0

ÉTATS FINANCIERS

RAPPORT DE LA DIRECTION

Les états financiers de la Régie des installations olympiques (le Parc olympique) présentés dans le rapport annuel ont été dressés par la direction, qui est responsable de leur préparation et de leur présentation, y compris les estimations et les jugements importants. Cette responsabilité comprend le choix de méthodes comptables appropriées et qui respectent les Normes comptables canadiennes pour le secteur public. Les renseignements contenus dans le reste du rapport annuel concordent avec l'information donnée dans les états financiers.

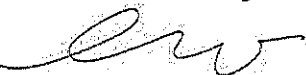
Pour s'acquitter de ses responsabilités, la direction maintient un système de contrôles internes, conçu en vue de fournir l'assurance raisonnable que les biens sont protégés et que les opérations sont comptabilisées correctement et en temps voulu, qu'elles sont dûment approuvées et qu'elles permettent de produire des états financiers fiables.

La direction du Parc olympique reconnaît qu'elle est responsable de gérer ses affaires conformément aux lois et règlements qui le régissent.

Le conseil d'administration surveille la façon dont la direction s'acquitte des responsabilités qui lui incombent en matière d'information financière et il approuve les états financiers. Il est assisté dans ses responsabilités par le comité de vérification, dont les membres ne font pas partie de la direction. Ce comité rencontre la direction et le Vérificateur général du Québec, examine les états financiers et en recommande l'approbation au conseil d'administration.

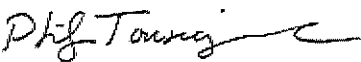
Le Vérificateur général du Québec a procédé à l'audit des états financiers du Parc olympique, conformément aux normes d'audit généralement reconnues du Canada, et son rapport de l'auditeur indépendant expose la nature et l'étendue de cet audit et l'expression de son opinion. Le Vérificateur général peut, sans aucune restriction, rencontrer le comité de vérification pour discuter de tout élément qui concerne son audit.

Le président-directeur général,



Michel Labrecque

Le vice-président et chef de la direction financière,



Philip Tousignant, CPA, CA
Montréal, le 22 février 2016

ÉTATS FINANCIERS

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT

À L'ASSEMBLÉE NATIONALE

RAPPORT SUR LES ÉTATS FINANCIERS

J'ai effectué l'audit des états financiers ci-joints de la Régie des installations olympiques, qui comprennent l'état de la situation financière au 31 octobre 2015, l'état des résultats et de l'excédent cumulé, l'état de la variation de la dette et l'état des flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, ainsi qu'un résumé des principales méthodes comptables et d'autres informations explicatives inclus dans les notes complémentaires.

Responsabilité de la direction pour les états financiers

La direction est responsable de la préparation et de la présentation fidèle de ces états financiers conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public, ainsi que du contrôle interne qu'elle considère comme nécessaire pour permettre la préparation d'états financiers exempts d'anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs.

Responsabilité de l'auditeur

Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur les états financiers, sur la base de mon audit. J'ai effectué mon audit selon les normes d'audit généralement reconnues du Canada. Ces normes requièrent que je me conforme aux règles de déontologie et que je planifie et réalise l'audit de façon à obtenir l'assurance raisonnable que les états financiers ne comportent pas d'anomalies significatives.

Un audit implique la mise en œuvre de procédures en vue de recueillir des éléments probants concernant les montants et les informations fournis dans les états financiers. Le choix des procédures relève du jugement de l'auditeur, et notamment de son évaluation des risques que les états financiers comportent des anomalies significatives, que celles-ci résultent de fraudes ou d'erreurs. Dans l'évaluation de ces risques, l'auditeur prend en considération le contrôle interne de l'entité portant sur la préparation et la présentation fidèle des états financiers afin de concevoir des procédures d'audit appropriées aux circonstances, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne de l'entité. Un audit comporte également l'appréciation du caractère approprié des méthodes comptables retenues et du caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, de même que l'appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

J'estime que les éléments probants que j'ai obtenus sont suffisants et appropriés pour fonder mon opinion d'audit assortie d'une réserve.

Fondement de l'opinion avec réserve

La Régie des installations olympiques n'a pas comptabilisé aux 31 octobre 2015 et 2014, à l'état de la situation financière, des subventions à recevoir du gouvernement du Québec concernant des immobilisations financées ou devant être financées par emprunts pour lesquelles des travaux ont été réalisés. Cette situation constitue une dérogation à la norme comptable sur les paiements de transfert (Normes comptables canadiennes pour le secteur public) qui prévoit la comptabilisation des subventions lorsqu'elles sont autorisées par le gouvernement à la suite de l'exercice de son pouvoir habilitant et que la Régie des installations olympiques a satisfait aux critères d'admissibilité. Cette dérogation m'a aussi conduit à exprimer une opinion d'audit modifiée sur les états financiers de l'exercice précédent. Par ailleurs, l'article 1.1 de la *Loi concernant les subventions relatives au paiement en capital et intérêts des emprunts des organismes publics ou municipaux et certains autres transferts* (RLRQ, chapitre S-37.01) énonce que la seule partie d'une subvention qui doit être comptabilisée est celle qui est exigible dans l'exercice de la Régie des installations olympiques et autorisée par le Parlement dans l'année financière du gouvernement. Étant donné la non-inscription de ces subventions à recevoir du gouvernement du Québec, comme le prescrit la loi, les ajustements suivants selon l'estimation établie sont nécessaires afin que les états financiers de la Régie des installations olympiques respectent les Normes comptables canadiennes pour le secteur public :

AUGMENTATION (DIMINUTION) ESTIMÉE	2015	2014
(en milliers de dollars)		
État de la situation financière		
Subventions à recevoir	91 130	73 037
Subventions reportées	89 630	71 684
Dette nette	(1 500)	(1 353)
Excédent cumulé	1 500	1 353
État des résultats et de l'excédent cumulé		
Virement des subventions reportées	147	1 353
Excédent de l'exercice (2015) / Déficit de l'exercice (2014)	147	(1 353)

ÉTATS FINANCIERS

RAPPORT DE L'AUDITEUR INDÉPENDANT (SUITE)

Opinion avec réserve

À mon avis, à l'exception des incidences du problème décrit dans le paragraphe sur le fondement de l'opinion avec réserve, les états financiers donnent, dans tous leurs aspects significatifs, une image fidèle de la situation financière de la Régie des installations olympiques au 31 octobre 2015, ainsi que des résultats de ses activités, de ses gains et pertes de réévaluation, de la variation de sa dette nette et de ses flux de trésorerie pour l'exercice clos à cette date, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public.

RAPPORT RELATIF À D'AUTRES OBLIGATIONS LÉGALES ET RÉGLEMENTAIRES

Conformément aux exigences de la *Loi sur le vérificateur général* (RLRQ, chapitre V-5.01), je déclare qu'à mon avis, les états financiers présentent fidèlement, dans tous leurs aspects significatifs, la situation financière de la Régie des installations olympiques au 31 octobre 2015 ainsi que les résultats de ses opérations et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice clos à cette date selon les conventions comptables qui sont énoncées dans la note 2 des états financiers et complétées, notamment, par l'article 1.1 de la *Loi concernant les subventions relatives au paiement en capital et intérêts des emprunts des organismes publics ou municipaux et certains autres transferts* (RLRQ, chapitre S-37.01).

Conformément aux exigences de la *Loi sur le vérificateur général* (RLRQ, chapitre V-5.01), je déclare qu'à mon avis ces conventions ont été appliquées de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

La vérificatrice générale du Québec,

Guylaine Leclerc, CPA auditrice

MAUVAISE SIGNATURE

Guylaine Leclerc, FCPA auditrice, FCA
Montréal, le 22 février 2016

ÉTATS FINANCIERS

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'EXCÉDENT CUMULÉ

de l'exercice clos le 31 octobre 2015

(en milliers de dollars)

	2015		2014
	Budget	Réel	Réel
REVENUS (note 3)			
Subventions du gouvernement du Québec			
Fonctionnement	17 144	16 970	17 036
Remboursement relatif au règlement d'un litige (note 4)	-	-	2 999
Virement des subventions reportées (note 11)	11 613	12 332	8 780
Installations sportives, tourisme et événements			
Droits d'entrée	3 822	3 594	2 465
Loyers	3 003	3 371	2 530
Publicité	103	555	526
Stationnements	4 087	4 186	3 406
Souvenirs	763	498	428
Redevances des concessionnaires	1 404	3 168	909
Location de locaux commerciaux et de bureaux	1 817	1 702	1 765
Vente d'énergie à des tiers	3 997	3 595	3 391
Travaux et services facturés à des tiers	2 059	2 698	1 980
Revenus de placements	-	72	67
Gain net à la disposition d'immobilisations corporelles (note 12)	-	2 026	-
Revenu de réclamations (note 5)	-	3 407	-
Autres revenus	-	158	64
	49 812	58 332	46 346
CHARGES (notes 3 et 6)			
Traitements et avantages sociaux (note 7)	19 469	17 338	17 825
Entretien, sécurité et autres	8 317	7 546	6 907
Matériaux et location d'équipement	2 216	2 203	2 348
Coût des marchandises vendues	409	243	230
Frais d'énergie	8 766	7 495	7 693
Honoraires professionnels	1 601	1 337	1 894
Droits et licences	165	125	121
Frais financiers	3 273	2 644	1 406
Fournitures de bureau, impression et télécommunications	310	249	216
Publicité	402	819	1 014
Amortissement des immobilisations corporelles	9 138	10 385	6 638
Autres charges (note 4)	413	423	3 077
	54 479	50 807	49 369
EXCÉDENT (DÉFICIT) DE L'EXERCICE	(4 667)	7 525	(3 023)
EXCÉDENT CUMULÉ AU DÉBUT DE L'EXERCICE	8 226	8 226	11 249
EXCÉDENT CUMULÉ À LA FIN DE L'EXERCICE	3 559	15 751	8 226

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

ÉTATS FINANCIERS

ÉTAT DE LA SITUATION FINANCIÈRE

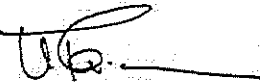
au 31 octobre 2015

(en milliers de dollars)	2015	2014
ACTIFS FINANCIERS		
Trésorerie et équivalents de trésorerie	9 076	2 605
Débiteurs	3 217	5 310
Subventions à recevoir	430	358
Stocks destinés à la vente	112	151
Placements (note 8)	5 586	5 586
	18 421	14 010
PASSIFS		
Créditeurs et charges à payer	19 514	23 634
Revenus reportés	2 169	1 350
Emprunts (note 9)	-	6 087
Dettes à long terme (note 10)	90 156	67 160
Subventions reportées (note 11)	36 588	42 041
	148 427	140 272
DETTE NETTE	(130 006)	(126 262)
ACTIFS NON FINANCIERS		
Charges payées d'avance	180	71
Stocks de fournitures	665	712
Immobilisations corporelles (note 12)	144 912	133 705
	145 757	134 488
EXCÉDENT CUMULÉ (note 13)	15 751	8 226

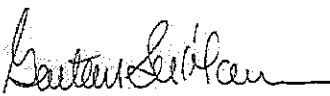
ÉVENTUALITÉS (note 17)

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Pour le conseil d'administration,



Maya Raic



Gaëtan Laflamme, CPA, CA

ÉTATS FINANCIERS

ÉTAT DE LA VARIATION DE LA DETTE NETTE

de l'exercice clos le 31 octobre 2015

(en milliers de dollars)	2015		2014
	Budget	Réel	Réel
EXCÉDENT (DÉFICIT) DE L'EXERCICE	(4 667)	7 525	(3 023)
VARIATION DUE AUX IMMOBILISATIONS CORPORELLES			
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(35 820)	(21 605)	(55 011)
Amortissement des immobilisations corporelles	9 138	10 385	6 638
Gain net à la disposition d'immobilisations corporelles		(2 026)	-
Produit à la disposition d'immobilisations corporelles		2 039	-
	(26 682)	(11 207)	(48 373)
VARIATION DUE AUX AUTRES ACTIFS NON FINANCIERS			
Acquisitions de stocks de fournitures		(546)	(980)
Utilisations de stocks de fournitures		593	1 058
Provision pour désuétude de stocks de fournitures		-	138
Acquisitions de charges payées d'avance		(180)	(71)
Utilisations de charges payées d'avance		71	16
		(62)	161
AUGMENTATION DE LA DETTE NETTE	(31 349)	(3 744)	(51 235)
DETTE NETTE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	(126 262)	(126 262)	(75 027)
DETTE NETTE À LA FIN DE L'EXERCICE	(157 611)	(130 006)	(126 262)

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

ÉTATS FINANCIERS

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

de l'exercice clos le 31 octobre 2015

(en milliers de dollars)	2015	2014
ACTIVITÉS DE FONCTIONNEMENT		
Excédent (Déficit) de l'exercice	7 525	(3 023)
Éléments sans incidence sur la trésorerie:		
Amortissement des immobilisations corporelles	10 385	6 638
Gain net à la disposition d'immobilisations corporelles	(2 026)	-
Provision pour désuétude de stocks de fournitures	-	138
Virement des subventions reportées	(12 332)	(8 780)
Variation des actifs et passifs reliés au fonctionnement (note 14)	(4 289)	7 207
Flux de trésorerie liés aux activités de fonctionnement	(737)	2 180
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT EN IMMOBILISATIONS		
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(18 619)	(54 615)
Produit à la disposition d'immobilisations corporelles	2 039	-
Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement en immobilisations	(16 580)	(54 615)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Emprunts	-	(2 845)
Remboursements d'emprunts	(6 087)	-
Dettes à long terme	28 888	55 045
Remboursements de dettes à long terme	(5 892)	(1 160)
Subventions reçues pour l'acquisition d'immobilisations corporelles	6 879	3 284
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	23 788	54 324
AUGMENTATION NETTE DE LA TRÉSORERIE ET DES ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE	6 471	1 889
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE AU DÉBUT DE L'EXERCICE	2 605	716
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE À LA FIN DE L'EXERCICE	9 076	2 605

Les notes complémentaires font partie intégrante des états financiers.

Informations supplémentaires

Les intérêts reçus au cours de l'exercice sont de 72 000 \$ (67 000 \$ en 2014).
Les intérêts payés au cours de l'exercice sont de 2 248 000 \$ (678 000 \$ en 2014).

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

1 STATUT ET NATURE DES ACTIVITÉS

La Régie des installations olympiques (le Parc olympique) est une société du gouvernement du Québec constituée en vertu de la *Loi sur la Régie des installations olympiques* (RLRQ, chapitre R-7). En vertu de l'article 8 de sa loi constitutive, le Parc olympique est un mandataire de l'État. À ce titre, et en vertu de l'article 984 de la *Loi sur les impôts* (RLRQ, c. I-3) et de l'article 149 de la *Loi de l'impôt sur le revenu* (L.R.C., 1985, c.1, 5^e suppl.), il n'est pas assujéti aux impôts sur le revenu au Québec et au Canada.

Le Parc olympique est propriétaire de certaines installations mobilières et immobilières prévues pour les Jeux olympiques d'été de 1976 et a été mandaté pour en parachever la construction et l'aménagement de même que pour les exploiter.

Le Parc olympique compte parmi les plus grands complexes multifonctionnels et récréotouristiques du Canada avec le Stade olympique, la Tour, le Centre sportif et l'Esplanade. Les opérations du Parc olympique se regroupent sous trois principaux volets, soit la location d'espaces pour la tenue d'événements et la location de bureaux, les activités touristiques et les sports grand public et d'élite au Centre sportif.

2 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES

RÉFÉRENTIEL COMPTABLE

Aux fins de la préparation de ses états financiers, le Parc olympique utilise prioritairement le *Manuel de comptabilité de CPA Canada pour le secteur public*. L'utilisation de toute autre source de principes comptables généralement reconnus doit être cohérente avec ce dernier.

UTILISATION D'ESTIMATIONS

La préparation des états financiers du Parc olympique, conformément aux Normes comptables canadiennes pour le secteur public, exige que la direction ait recours à des estimations et pose des hypothèses qui ont une incidence à l'égard de la comptabilisation des actifs et des passifs, de la présentation des actifs et des passifs éventuels à la date des états financiers ainsi que de la comptabilisation des revenus et des charges de l'exercice présenté dans les états financiers. Ces estimations sont fondées sur la connaissance que la direction possède des événements en cours et sur les mesures que le Parc olympique pourrait prendre à l'avenir. Les principaux éléments pour lesquels la direction a établi des estimations et formulé des hypothèses sont la durée de vie utile des immobilisations corporelles et la moins-value durable sur les placements. Les résultats réels peuvent différer des meilleures prévisions établies par la direction.

INSTRUMENTS FINANCIERS

La trésorerie et équivalents de trésorerie, les débiteurs à l'exception des taxes à la consommation à recevoir, les subventions à recevoir et les placements sont classés dans la catégorie des actifs financiers évalués au coût ou au coût après amortissement selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

Les créditeurs et charges à payer, à l'exception des taxes à la consommation à payer et des avantages sociaux à payer, les emprunts et les dettes à long terme sont classés dans la catégorie des passifs financiers évalués au coût ou au coût après amortissement selon la méthode du taux d'intérêt effectif.

Les coûts de transaction sont ajoutés à la valeur comptable des éléments classés dans la catégorie des instruments financiers évalués au coût ou au coût après amortissement lors de leur comptabilisation initiale.

2 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

REVENUS

Les revenus sont comptabilisés selon la méthode de la comptabilité d'exercice. Les revenus provenant de la vente des produits sont constatés lorsque tous les risques et avantages inhérents à la propriété ont été transférés aux clients et ceux provenant de la prestation de services lorsque ces derniers sont rendus.

Les revenus provenant des subventions du gouvernement du Québec sont constatés dans l'exercice duquel surviennent les faits qui donnent lieu à ces revenus, dans la mesure où elles sont autorisées, que le Parc olympique a satisfait à tous les critères d'admissibilité, le cas échéant, et qu'il est possible de faire une estimation raisonnable des montants en cause. Elles sont présentées en subventions reportées lorsque les modalités imposées par le cédant créent une obligation répondant à la définition d'un passif et virées aux revenus lorsque les conditions relatives au passif sont remplies.

ACTIFS FINANCIERS

Trésorerie et équivalents de trésorerie

La politique du Parc olympique consiste à présenter dans la trésorerie et équivalents de trésorerie, les soldes bancaires et les placements temporaires facilement convertibles à court terme, en un montant connu de trésorerie dont la valeur ne risque pas de changer de façon significative et dont l'échéance initiale au moment de l'acquisition est de trois mois ou moins.

Stocks destinés à la revente

Les stocks destinés à la revente sont évalués au moindre du coût, déterminé selon la méthode du coût moyen, et de la valeur nette de réalisation.

Placements

Les placements sont initialement comptabilisés au coût, subséquemment évalués au coût ou au coût après amortissement selon la méthode du taux d'intérêt effectif et diminué de toute moins-value durable.

PASSIFS

Avantages sociaux futurs

Régimes de retraite

La comptabilité des régimes à cotisations déterminées est appliquée aux régimes interemployeurs à prestations déterminées gouvernementaux, étant donné que le Parc olympique ne dispose pas de suffisamment d'information pour appliquer la comptabilité des régimes à prestations déterminées.

Provision pour vacances

Aucun calcul d'actualisation n'est jugé nécessaire puisque la direction estime que les vacances accumulées seront prises dans l'exercice suivant. Cette provision est comptabilisée à titre de traitements à payer au poste Créditeurs et charges à payer.

ACTIFS NON FINANCIERS

De par leur nature, les actifs non financiers sont généralement utilisés afin de rendre des services futurs.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations corporelles sont comptabilisées au coût et sont amorties sur leur durée de vie utile prévue selon la méthode de l'amortissement linéaire, aux taux annuels et pour les périodes suivantes :

- Installations olympiques : Indéterminable
- Équipement et logiciels informatiques : 10 %, 20 % et 33,33 %
- Structure et aménagements spécifiques : 5 %, 6,67 %, 10 % et 20 %
- Aménagements locatifs : Durée du bail des locataires du Parc olympique
- Matériel roulant : 6,67 % et 20 %

Le coût des immobilisations corporelles comprend le coût d'achat ou de construction, les frais de mise en service et les frais de financement reliés à leur acquisition jusqu'à la date de leur mise en service. L'amortissement de ces immobilisations corporelles débute au moment de leur mise en service.

Installations olympiques

Le coût des installations olympiques comprend le coût du terrain et les coûts de construction, d'administration et de financement et tous les frais d'émission de la dette à long terme engagés pour ces installations. Le coût de l'équipement et de l'outillage utilisés lors de la construction fait également partie du coût des installations. Plusieurs composantes des installations olympiques sont toujours utilisées actuellement et devraient avoir une valeur comptable nette positive. Cependant, étant donné l'impraticabilité pour le Parc olympique de recenser les coûts associés aux différentes composantes, la direction estime qu'il est raisonnable d'attribuer une valeur nulle à ces immobilisations corporelles. Ceci entraîne également qu'il est difficile de radier le coût et l'amortissement cumulé de ces immobilisations lors de leur remplacement ou disposition.

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(Les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

2 PRINCIPALES MÉTHODES COMPTABLES (SUITE)

ACTIFS NON FINANCIERS (SUITE)

Immobilisations corporelles (suite)

Dépréciation des immobilisations corporelles

Lorsque la conjoncture indique qu'une immobilisation corporelle ne contribue plus à la capacité du Parc olympique de fournir des biens et services, ou que la valeur des avantages économiques futurs qui se rattachent à l'immobilisation corporelle est inférieure à sa valeur comptable nette, le coût de l'immobilisation corporelle est réduit pour refléter sa baisse de valeur. Les moins-values sur immobilisations corporelles sont passées en charges dans l'état des résultats. Aucune reprise de valeur n'est permise.

Stocks de fournitures

Les stocks de fournitures sont évalués au coût, déterminé selon la méthode du premier entré, premier sorti, diminué de toute moins-valeur durable.

GAINS ET PERTES DE RÉÉVALUATION

L'état des gains et pertes de réévaluation n'est pas présenté étant donné qu'aucun élément n'est comptabilisé à la juste valeur ni libellé en devises.

3 PROJETS FINANCÉS PAR L'EXCÉDENT CUMULÉ RÉSERVÉ

Pour les projets non récurrents qui sortent du cadre régulier de ses activités d'exploitation, le Parc olympique réserve des sommes en provenance de l'excédent cumulé. Au 31 octobre, les sommes suivantes, principalement engagées dans le cadre du plan de relance, sont incluses à l'état des résultats relativement à ces projets :

	2015	2014
REVENUS	465	612
CHARGES		
Traitements et avantages sociaux	306	415
Entretien, sécurité et autres	374	556
Matériaux et location d'équipement	146	111
Honoraires professionnels	174	205
Publicité	86	320
Amortissement des immobilisations corporelles	456	266
Autres charges	94	108
	1 636	1 981
Utilisation de l'excédent réservé (note 13)	(1 171)	(1 369)

4 RÈGLEMENT D'UN LITIGE

Le Parc olympique a réglé un litige à la suite d'un jugement en Cour d'appel du Québec le 23 janvier 2014 et ainsi, un montant de 2 524 000 \$ a été comptabilisé au poste Autres charges au cours de l'exercice précédent. Une subvention du gouvernement du Québec a été reçue au cours de ce même exercice à titre de compensation pour les frais engagés de 2 999 000\$ relativement à ce dossier.

5 RÉCLAMATIONS POUR DOMMAGES

Une partie des dommages liés à l'effondrement de la dalle de stationnement survenu le 4 mars 2012 a été recouvrée au cours de l'exercice et ainsi, un revenu de réclamation de 3 407 000\$ a été comptabilisé. La partie résiduelle des frais liés à l'effondrement de la dalle de stationnement fait toujours l'objet d'une réclamation auprès des parties concernées et constitue un actif éventuel pour le Parc olympique.

6 TOITURE DU STADE

En attente de son remplacement, l'état de la toiture du Stade nécessite des travaux d'entretien importants à chaque exercice. Au 31 octobre, les charges suivantes sont incluses à l'état des résultats relativement à ces travaux :

	2015	2014
Traitements et avantages sociaux	35	51
Entretien, sécurité et autres	104	414
Matériaux et location d'équipement	6	42
Frais d'énergie	309	505
	454	1 012

7 TRAITEMENTS ET AVANTAGES SOCIAUX

	2015	2014
Employés réguliers	10 911	11 859
Employés à l'événement	2 899	2 452
Charges sociales	2 338	2 391
Cotisations aux régimes de retraite	1 190	1 123
	17 338	17 825

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

8 PLACEMENTS

Au 31 octobre, le Parc olympique détient les billets à terme adossés à des actifs du VAC (véhicules d'actifs-cadres) Il suivants :

VAC II	Date d'échéance	Taux d'intérêt	2015			2014		
			Valeur nominale	Moins-value totale	Valeur comptable	Valeur nominale	Moins-value totale	Valeur comptable
Billets A-1	15 juillet 2056	0,772 %	2 633	-	2 633	2 633	-	2 633
Billets A-2	15 juillet 2056	0,773 %	3 015	62	2 953	3 015	62	2 953
Billets B	15 juillet 2056	0,000 %	547	547	-	547	547	-
Billets C	15 juillet 2056	0,000 %	192	192	-	192	192	-
			6 387	801	5 586	6 387	801	5 586

Au cours de l'exercice, le Parc olympique estime que ces placements n'ont pas subi de moins-value durable additionnelle à celle déjà comptabilisée.

9 EMPRUNTS

	2015	2014
Billets à terme auprès du Fonds de financement du gouvernement du Québec échus en novembre 2014	-	6 087

Le Parc olympique est autorisé par décret du gouvernement du Québec à instituer un régime d'emprunts lui permettant d'emprunter à court terme ou par voie de marge de crédit auprès d'institutions financières ou auprès du ministre des Finances, à titre de responsable du Fonds de financement, ou à long terme auprès du ministre des Finances, à titre de responsable du Fonds de financement, jusqu'à concurrence d'un montant total en cours de 166 500 000 \$ (100 000 000 \$ en 2014).

10 DETTES À LONG TERME

	2015	2014
Billets à payer auprès du Fonds de financement du gouvernement du Québec pour financer les projets en immobilisation du Parc olympique ⁽¹⁾		
Portant intérêt à des taux fixes de 1,963 % à 3,417 %, remboursables par versements annuels totaux de 8 546 726 \$ comprenant capital et intérêts, échéant entre le 1 ^{er} septembre 2023 et le 1 ^{er} septembre 2025	68 267	46 932
Billets à payer auprès du Fonds de financement du gouvernement du Québec, pour financer le projet d'implantation de l'Institut national du sport du Québec ⁽²⁾		
Portant intérêt à des taux fixes de 2,723 % à 3,662 %, remboursables par versements annuels totaux de 2 904 073 \$ comprenant capital et intérêts, échéant entre le 30 août 2023 et le 19 septembre 2024	21 889	20 228
	90 156	67 160

⁽¹⁾ Il est attendu que si le Parc olympique n'est pas en mesure de respecter ses obligations sur tout emprunt contracté en vertu du régime d'emprunts précité auprès du ministre des Finances, à titre de responsable du Fonds de financement, la ministre du Tourisme élaborera et mettra en œuvre, avec l'approbation du gouvernement, des mesures afin de remédier à cette situation.

⁽²⁾ Selon les termes de la convention d'hypothèque mobilière conclue le 30 août 2013, les subventions futures qui seront octroyées par le ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur serviront au remboursement de cette dette.

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

10 DETTES À LONG TERME (SUITE)

Les versements en capital à effectuer sur les dettes à long terme se détaillent comme suit :

Exercices	
2016	8 684
2017	8 985
2018	9 251
2019	9 525
2020	9 808
2021 à 2025	43 846
	90 099

11 SUBVENTIONS REPORTÉES

Gouvernement du Québec - Immobilisations corporelles	2015	2014
Solde au début	42 041	47 537
Subventions reçues durant l'exercice	6 879	3 284
	48 920	50 821
Virement des subventions	(12 332)	(8 780)
Solde à la fin	36 588	42 041

12 IMMOBILISATIONS CORPORELLES

	Installations olympiques	Équipement et logiciels informatiques	Structure et aménagements spécifiques	Aménagements locatifs	Matériel roulant	Projets en cours	2015 Total	2014 Total
Coût								
Solde au début	1 132 331	15 372	124 152	33 469	2 390	54 575	1 362 289	1 311 856
Acquisitions		1 726	153		456	19 270	21 605	55 011
Transfert des projets en cours		277	63 887	150		(64 314)	-	-
Dispositions et radiations	(13)	(3 097)	(77)		(102)		(3 289)	(4 578)
Solde à la fin	1 132 318	14 278	188 115	33 619	2 744	9 531	1 380 605	1 362 289
Amortissement cumulé								
Solde au début	1 132 331	12 258	73 927	8 475	1 593	-	1 228 584	1 226 524
Amortissement de l'exercice		972	7 711	1 537	165		10 385	6 638
Dispositions et radiations	(13)	(3 084)	(77)		(102)		(3 276)	(4 578)
Solde à la fin	1 132 318	10 146	81 561	10 012	1 656	-	1 235 693	1 228 584
Valeur comptable nette	-	4 132	106 554	23 607	1 088	9 531	144 912	133 705

Les acquisitions corporelles incluses au poste « Crédeurs et charges à payer » représentent 8 710 000 \$ (5 724 000 \$ en 2014).

Le Parc olympique est propriétaire du terrain borné à l'ouest par le boulevard Pie-IX, au nord par la rue Sherbrooke Est, à l'est par la rue Viau et au sud par l'avenue Pierre-De Coubertin, à l'exception des sols, immeubles et aménagements du Biodôme, de l'aréna Maurice-Richard, du Centre Pierre-Charbonneau, du cinéma StarCité Montréal ainsi que des installations du métro.

Le Parc olympique a consenti une emphytéose de 40 ans, soit jusqu'au 22 mars 2047, relativement au terrain où se trouve le Complexe Saputo, au terme de laquelle le terrain et les immeubles qui y sont construits lui seront remis.

Également, un acte d'usufruit a été consenti entre la Ville de Montréal et le Parc olympique afin de permettre la construction d'un Planétarium. Cet usufruit est consenti jusqu'à l'échéance prévue pour la cession du terrain en pleine propriété au plus tard le 15 mars 2018.

Au cours de l'exercice clos le 31 octobre 2015, le terrain où se trouve le cinéma StarCité Montréal a été vendu à la compagnie France Film, qui a exercé l'option d'achat prévue à l'emphytéose. Cette vente a généré un gain de 2 029 000 \$. Des équipements ont également été vendus au cours de l'exercice, générant une perte à la disposition de 3 000 \$.

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

13 EXCÉDENT CUMULÉ

	Réservé					Opérations	2015	2014
	Centre sportif	Projets de développement	Programme d'accès. pour personnes handicapées	Plan de relance	Total		Total	Total
Excédent cumulé disponible								
Solde du début	-	500	164	1 266	1 930	2 879	4 809	7 832
Réallocation et virement à l'excédent pour les opérations	-	(500)	(164)	500	(164)	164	-	-
Investissements en immobilisations corporelles	-	-	-	(49)	(49)	49	-	-
Utilisation de l'excédent (charges)	-	-	-	(715)	(715)	715	-	-
Déficit de l'exercice	-	-	-	-	-	7 525	7 525	(3 023)
Solde à la fin	-	-	-	1 002	1 002	11 332	12 334	4 809
Excédent cumulé investi								
Solde du début	2 785	152	-	2 457	5 394	(1 977)	3 417	3 417
Investissements en immobilisations corporelles	-	-	-	49	49	(49)	-	-
Utilisation de l'excédent (amortissement)	(110)	(15)	-	(331)	(456)	456	-	-
Solde à la fin	2 675	137	-	2 175	4 987	(1 570)	3 417	3 417
Excédent cumulé à la fin de l'exercice	2 675	137	-	3 177	5 989	9 762	15 751	8 226

14 INFORMATIONS SUR LES FLUX DE TRÉSORERIE

La variation nette des actifs et passifs reliés au fonctionnement se ventile comme suit :

	2015	2014
Débiteurs	2 093	(3 585)
Subventions à recevoir	(72)	(323)
Stocks destinés à la revente	39	(47)
Créditeurs et charges à payer	(7 106)	10 932
Revenus reportés	819	207
Charges payées d'avance	(109)	(55)
Stocks de fournitures	47	78
	(4 289)	7 207

15 RÉGIME DE RETRAITE

Les membres du personnel du Parc olympique participent au Régime de retraite des employés du gouvernement et des organismes publics (RREGOP), au Régime de retraite du personnel d'encadrement (RRPE) et au Régime de retraite de l'administration supérieure (RRAS). Ces régimes inter-employeurs sont à prestations déterminées et comportent des garanties à la retraite et au décès. Depuis le 1^{er} janvier 2015, le taux de cotisation au RREGOP est passé de 9,84 % à 10,50 % de la masse salariale admissible et le taux pour le RRPE et le RRAS, qui fait partie du RRPE, est demeuré à 14,38 %.

Les cotisations de l'employeur sont équivalentes aux cotisations des employés, à l'exception d'un montant de compensation prévu dans la loi du RRPE de 5,73 % au 1^{er} janvier 2015 (5,73 % au 1^{er} janvier 2014) de la masse salariale admissible qui doit être versé dans la caisse des participants au RRPE et au RRAS et un montant équivalent dans la caisse des employeurs. Ainsi, le Parc olympique verse un montant supplémentaire pour l'année civile 2015 correspondant à 11,46 % de la masse salariale admissible (11,46 % de la masse salariale admissible pour l'année civile 2014).

Les cotisations du Parc olympique, incluant le montant de compensation à verser au RRPE et au RRAS, imputées aux résultats de l'exercice clos le 31 octobre 2015 s'élèvent à 1 190 000 \$ (1 123 000 \$ en 2014). Les obligations du Parc olympique envers ces régimes gouvernementaux se limitent à ses cotisations à titre d'employeur.

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

16 GESTION DES RISQUES LIÉS AUX INSTRUMENTS FINANCIERS

Dans le cours normal de ses activités, le Parc olympique est exposé à différents risques, notamment le risque de crédit, le risque de liquidité et le risque de marché.

La direction a mis en place des politiques et des procédés en matière de contrôle et de gestion qui l'assurent de gérer les risques inhérents aux instruments financiers et d'en minimiser les impacts potentiels.

Risque de crédit

Le risque de crédit est le risque qu'une partie à un instrument financier manque à l'une de ses obligations et, de ce fait, amène l'autre partie à subir une perte financière. Le Parc olympique est exposé au risque de crédit découlant de la possibilité que des parties manquent à leurs obligations financières, s'il y a concentration d'opérations avec une même partie ou concentration d'obligations financières de tierces parties ayant des caractéristiques économiques similaires et qui seraient affectées de la même façon par l'évolution de la conjoncture. Les instruments financiers du Parc olympique qui sont exposés à un risque de crédit comprennent la trésorerie et équivalents de trésorerie, les débiteurs à l'exception des taxes à la consommation à recevoir, la subvention à recevoir et les placements. Le tableau suivant représente l'exposition maximale du Parc olympique au risque de crédit :

	2015	2014
Trésorerie et équivalents de trésorerie	9 076	2 605
Débiteurs	2 713	2 184
Subvention à recevoir	430	358
Placements	5 586	5 586
	17 805	10 733

Le risque de crédit associé à la trésorerie et équivalents de trésorerie est essentiellement réduit au minimum en s'assurant qu'ils sont investis auprès d'institutions financières réputées.

La direction estime que les concentrations de risque de crédit relativement aux débiteurs sont limitées en raison de la qualité du crédit des parties auxquelles du crédit a été consenti.

Le tableau suivant présente le classement chronologique des débiteurs, déduction faite de la provision pour créances douteuses :

	2015	2014
Moins de 30 jours suivant la date de facturation	438	1 329
De 30 à 60 jours suivant la date de facturation	233	183
De 60 à 90 jours suivant la date de facturation	272	141
Plus de 90 jours suivant la date de facturation	177	318
	1 120	1 971
Provision pour créances douteuses	(32)	(8)
Autres débiteurs	1 625	221
	2 713	2 184

Le Parc olympique doit faire des estimations en ce qui a trait à la provision pour créances douteuses. Pour ce faire, la direction examine chacun des comptes débiteurs et évalue la probabilité de recouvrement. Le Parc olympique est d'avis que la provision pour créances douteuses est suffisante pour couvrir le risque de non-paiement.

Les placements ont été comptabilisés au montant que le Parc olympique sera en mesure de récupérer. La direction est d'avis que l'estimation est raisonnable et s'avère la plus appropriée, compte tenu des conditions actuelles du marché et de l'information disponible à la date de fin d'exercice.

Risque de liquidité

Le risque de liquidité est le risque que le Parc olympique ne dispose pas des fonds nécessaires pour faire face à ses obligations financières lorsqu'elles viennent à échéance. Le risque de liquidité englobe également le risque que le Parc olympique ne soit pas en mesure de liquider ses actifs financiers au moment opportun, à un prix raisonnable.

Le Parc olympique gère activement sa trésorerie et ses équivalents de trésorerie ainsi que ses flux de trésorerie qui découlent de son exploitation pour être en mesure de respecter ses obligations financières.

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

16 GESTION DES RISQUES LIÉS AUX INSTRUMENTS FINANCIERS (SUITE)

Risque de liquidité (suite)

Le tableau suivant présente l'échéance estimative des passifs financiers. Les montants indiqués correspondent aux flux de trésorerie contractuels non actualisés représentant les versements d'intérêt et de capital relatifs aux passifs financiers du Parc olympique :

2015	Échéance				Total des flux de trésorerie contractuels	Valeur comptable
	moins d'un an	2 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et plus		
Créditeurs et charges à payer	18 512	-	-	-	18 512	18 512
Dettes à long terme	11 451	45 803	44 216	3 283	104 753	90 156
Total	29 963	45 803	44 216	3 283	123 265	108 668

2014	Échéance				Total des flux de trésorerie contractuels	Valeur comptable
	moins d'un an	2 à 5 ans	6 à 9 ans	10 ans et plus		
Créditeurs et charges à payer	22 659	-	-	-	22 659	22 659
Emprunts	6 087	-	-	-	6 087	6 087
Dettes à long terme	8 167	32 670	32 670	6 580	80 087	67 160
Total	36 913	32 670	32 670	6 580	108 833	95 906

Risque de marché

Le risque de marché est le risque que le cours du marché ou que les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations de la valeur marchande. Le risque de marché comprend trois types de risque : le risque de taux d'intérêt, le risque de change et l'autre risque de prix. Le Parc olympique est exposé au risque de taux d'intérêt et à l'autre risque de prix.

Risque de taux d'intérêt

Le risque de taux d'intérêt est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations des taux d'intérêt du marché.

La trésorerie et équivalents de trésorerie portent intérêt à des taux variables. L'objectif du Parc olympique est de gérer l'exposition de sa trésorerie et de ses équivalents de trésorerie en fonction de ses besoins de liquidité et de façon à optimiser ses produits d'intérêt. La fluctuation du taux d'intérêt du marché peut avoir une incidence sur les produits d'intérêt que le Parc olympique tire de sa trésorerie et de ses équivalents de trésorerie.

Les placements portent intérêt à taux fixe. Par conséquent, la juste valeur des placements est sujette à des fluctuations en raison des variations des taux d'intérêt du marché. Au cours de l'exercice, le Parc olympique estime que ses placements n'ont pas subi de moins-value durable additionnelle à celle déjà comptabilisée (note 8).

Les dettes à long terme du Parc olympique portent intérêt à taux fixe. Par conséquent, le risque de taux d'intérêt relativement aux flux de trésorerie auxquels est exposé le Parc olympique est minime étant donné que le Parc olympique prévoit le remboursement selon l'échéancier prévu.

L'autre risque de prix

L'autre risque de prix est le risque que la juste valeur ou les flux de trésorerie futurs d'un instrument financier fluctuent en raison des variations des prix sur le marché (autres que celles découlant du risque de taux d'intérêt ou du risque de change).

L'autre risque de prix auquel le Parc olympique est exposé correspond à l'exposition sur les BTAA détenus (note 8).

ÉTATS FINANCIERS

NOTES COMPLÉMENTAIRES

au 31 octobre 2015

(les montants dans les tableaux sont exprimés en milliers de dollars)

17 ÉVENTUALITÉS

Des poursuites et des réclamations ont été engagées par ou contre le Parc olympique. Au 31 octobre 2015, les poursuites et réclamations non réglées contre le Parc olympique totalisent 4 913 000 \$ (2 323 000 \$ en 2014). Actuellement, aucune provision n'est comptabilisée dans les états financiers étant donné qu'une estimation raisonnable de ces éventualités ne peut être effectuée.

18 OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

En plus des opérations entre apparentés déjà divulguées dans les états financiers et qui sont comptabilisées à la valeur d'échange, le Parc olympique est apparenté avec tous les ministères et les fonds spéciaux ainsi qu'avec tous les organismes et entreprises publiques contrôlés directement ou indirectement par le gouvernement du Québec ou soumis, soit à un contrôle conjoint, soit à une influence notable commune de la part du gouvernement du Québec.

Le Parc olympique n'a conclu aucune opération commerciale avec ces apparentés autrement que dans le cours normal de ses activités et aux conditions commerciales habituelles. La plupart de ces opérations ne sont pas divulguées distinctement aux états financiers.

19 CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres de l'exercice précédent ont été reclassés afin de les rendre conformes à la présentation adoptée pour l'exercice courant.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 41

Copie des appels d'offres, appels de candidatures faites par la RIO en 2015-2016

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
IM700245	Achat de systèmes d'alimentation sans coupure (ASC) (projet 99-990)	2014-11-05	Lumen	85 630,00		Plus bas soumissionnaire conforme
		2014-11-05	Zone Université Laval	71 541,03	non conforme	plus bas soumissionnaire non conforme : garantie ne couvre pas l'intégralité
		2014-11-05	Anixter Canada inc.	90 821,76		
BE600065	Fourniture et livraison d'un commutateur de transfert automatique pour le Parc olympique	2014-11-26	Les Entreprises Électriques L.M.	24 500,00		Plus bas soumissionnaire conforme - une seule soumission reçue
EX516220	Fourniture et livraison, sur demande, de peinture, colorants, aérosols, produits spécialisés et accessoires	2015-01-23	Peintures MF inc.	18 187,44	Peintures MIF inc.	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-01-23	Sherwin-Williams Canada	19 004,93		
IM700409	Ensembles d'accessoires et d'appareils d'entraînement des nouvelles salles de conditionnement physique du Centre sportif du Parc olympique	2015-02-10	Lot 1 : Atlantis inc.	226 222,11	Lot 1 : Atlantis inc.	Plus bas soumissionnaires conformes - attribution par lot no 1, 2, 5 et par items des lots 3 et 4.
		2015-02-10	Lot 1 : Fitness Nutrition Équipement	11 899,98	Lot incomplet et appareils n/c	
		2015-02-10	Lot 1 : Stak Fitness Intl	160 295,00	Lot incomplet et appareils n/c	
		2015-02-10	Lot 1 : Kinequip	235 075,00		

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
		2015-02-10	Lot 1 : Bodygym equipments	239 775,00	Lot 2 : Technogym USA Corp Caractéristiques n/c Caractéristiques n/c	
		2015-02-10	Lot 1 : Technogym USA Corp	258 654,56		
		2015-02-10	Lot 2 : Technogym USA Corp	257 999,76		
		2015-02-10	Lot 2 : Stak Fitness Intl	231 950,00		
		2015-02-10	Lot 2 : Atlantis inc.	235 121,50		
		2015-02-10	Lot 2 : Bodygym equipments	284 920,00		
		2015-02-10	Lot 2 : Fitness Nutrition Équipement	309 649,23		
		2015-02-10	Lot 2 : Kinequip	311 570,00	Lot 3 : Stak Fitness Intl Lot 3 : Kinequip Lot 3 : Bodygym equipments Lot 4 : Kinequip Lot 4: Stak Fitness Intl Lot 5: Aquam Spécialiste	
		2015-02-10	Lot 3 : Stak Fitness Intl	24 087,10		
		2015-02-10	Lot 3 : Kinequip	43 163,75		
		2015-02-10	Lot 3 : Bodygym equipments	20 536,60		
		2015-02-10	Lot 4 : Kinequip	13 855,51		
		2015-02-10	Lot 4 : Stak Fitness Intl	10 004,78		
		2015-02-10	Lot 4 : Fitness Nutrition Équipement	13 714,64		
		2015-02-10	Lot 4 : Bodygym equipments	10 116,70		
		2015-02-10	Lot 5 : Aquam Spécialiste	68 404,20		

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
			Aquatique		Aquatique	
		2015-02-10	Lot 5 : Fitness Nutrition Équipement	68 804,50		
EX516670	Location, fourniture et installation de 500 appareils d'éclairage pour les expositions ou autres événements au Parc olympique	2015-02-13	Electro Performance	76 251,30	Electro Performance	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-02-13	Investissement BLL	110 220,00		
		2015-02-13	Systèmes Urbains inc.	212 108,00		
		2015-02-13	Solotech inc.	256 995,00		
IM700358	Achat de points d'accès sans fil de type Wifi (Projet 99-990)	2015-02-16	Informatique EBR	64 800,00	Informatique EBR	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-02-16	IBM Canada Ltée	125 636,01		
EX516657	Fourniture d'articles vestimentaires pour les employés du Centre sportif du Parc olympique	2015-04-10	PEP Concept	15 978,00	PEP Concept	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-04-10	Productions D. Lalande	17 405,08		
		2015-04-10	Sérigraphie Vellone	17 470,40		
IM700531	Fourniture et livraison de douze chariots mobiles à hot-dog	2015-03-10	Willy Dog	172 800,00	Willy Dog	Plus bas soumissionnaire conforme - une seule soumission reçue

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
IM700472	Fourniture et livraison, sur demande, de béton sur le site du Parc olympique / Projet 99-006	2015-03-25	Les Bétons Longueuil 1982 Inc.	68 225,00	Les Bétons Longueuil 1982 Inc.	Plus bas soumissionnaire conforme - une seule soumission reçue
IM700533	Fourniture et livraison d'équipements de restauration	2015-03-17	Doyon Cuisine	292 796,00	Doyon Cuisine	Plus bas soumissionnaires conformes - attribution par item
		2015-03-17	Empire Crockery	334 440,00	Empire Crockery	
		2015-03-17	Pause Café Impérial inc (Imperial Snacking / Slushie)	167 222,00	Pause Café Impérial inc (Imperial Snacking / Slushie)	
		2015-03-17	Sani Métal Ltée	309 300,00		
		2015-03-17	Russell Rinfret	326 174,00		
IM700553	Fourniture et livraison de caisses enregistreuse	2015-03-25	Lirette Dactylo Service inc.	19 440,00	Lirette Dactylo Service inc.	Plus bas soumissionnaire conforme - une seule soumission reçue
EX517040	Fournitures et livraison de produits de bureau	2015-06-12	Lyreco - Produits de bureau	11 603,31	Lyreco - Produits de bureau	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-06-12	Staples Avantage Canada	14 820,78		
		2015-06-12	Rubanco BuroPLUS / ABR	19 568,05		
		2015-06-12	Le Spécialiste du Stylo-Papetrie inc.	28 232,05		

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
BEE600099	Fourniture et livraison de 15 voitures neuves électriques de 3 types différents pour le Parc olympique	2015-06-16	Item 1 - Produits Mobilicab Canada Inc.	18 500,00	Produits Mobilicab Canada inc.	Plus bas soumissionnaires conformes - attribution par Item
		2015-06-16	Item 1 - Hewitt Équipement Ltée.	21 098,00		
		2015-06-16	Item 1 - Location d'outils Simplex Incorporé	25 500,00		
		2015-06-16	Item 2 - Produits Mobilicab Canada Inc.	23 000,00	Produits Mobilicab Canada inc.	
		2015-06-16	Item 2 - Hewitt Équipement Ltée.	20 920,00	n/c	
		2015-06-16	Item 2 - Location d'outils Simplex Incorporé	25 500,00		(une seule unité au lieu de 2)
		2015-06-16	Item 3 - Produits Mobilicab Canada Inc.	0,00		
		2015-06-16	Item 3 - Hewitt Équipement Ltée.	117 425,00		
		2015-06-16	Item 3 - Location d'outils Simplex Incorporé	114 400,00	Location d'outils Simplex Incorporé	
IM700606	Location et transport d'une (1) nacelle de type articulée, de marque GENIE, modèle Z-135/70 et d'une de type à mât droit, de marque GENIE SX-180 ou éq	2015-06-29	Location Hewitt	108 453,50	Location Hewitt	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-06-29	Accès Location d'équipement	133 180,00		

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
EX517100	Fourniture et livraison, sur demande, de produits de sécurité pour le Parc olympique	2015-06-25	Les Entreprises Cappco inc.	18 453,82	Les Entreprises Cappco inc.	Plus bas soumissionnaire conforme - plus bas soumissionnaire non conforme : conditions restrictives au bordereau
		2015-06-25	VWR International	5 529,43	partiel et non conforme	
		2015-06-25	Travex inc.	21 410,31		
		2015-06-25	Équipement de Sécurité Universel inc	22 271,17		
		2015-06-25	Équipements de sécurité Hotte	54 504,22		
IM700709	Fourniture et livraison d'un système de cuisson Rational	2015-06-22	Doyon Cuisine	33 888,00	Doyon Cuisine	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-06-22	Maison Rondeau inc.	31 489,00	non conforme	Plus bas soumissionnaire non conforme
		2015-06-22	Russell Rinfret	34 875,00		
		2015-06-22	Empire Crockery	35 980,00		
		2015-06-22	Les Cuisines Equinox inc.	36 860,00		
IM700513	Fourniture et installation de mobilier pour les bureaux des départements construction, ingénierie et entretien / Projet 99-600	2015-09-01	Lot 1 a) : Solutions Zoom	114 207,37	Lot 1 a) : Solutions Zoom	Plus bas soumissionnaires conformes - attribution par lot
	48 employés au total, dont 21 bureaux	2015-09-01	Lot 1 a) : Bouty inc.	0,00		

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
	fermés et 27 postes à aires ouvertes					
BE600119		2015-09-01	Lot 1 b) : Solutions Zoom	106 079,49	Lot 1 b) : Solutions Zoom	
		2015-09-01	Lot 1 b) : Bouty inc.	0,00		
		2015-09-01	Lot 1 c) : Solutions Zoom	11 849,28	Lot 1 c) : Solutions Zoom	
		2015-09-01	Lot 1 c) : Bouty inc.	0,00		
		2015-09-01	Lot 2 : Bouty inc.	31 493,00	Lot 2 : Bouty inc.	
		2015-09-01	Lot 2 : Solutions Zoom	35 175,44		
		2015-09-01	Lot 3 : Solutions Zoom	17 108,12	Lot 3 : Solutions Zoom	
		2015-09-01	Lot 3 : Bouty inc.	0,00		
		2015-09-01	Lot 4 : Solutions Zoom	16 463,63	Lot 4 : Solutions Zoom	
		2015-09-01	Lot 4 : Bouty inc.	0,00		
BE600119	Fourniture et livraison de deux (2) ciseaux électriques automoteurs de 7,80 M et d'une (1) nacelle aérienne articulée de 15,94 M	2015-08-31	Accès Location D'Équipement	103 300,00	Accès Location D'Équipement	Plus bas soumissionnaire conforme - plus bas soumissionnaire non conforme : devises non en dollars canadien au bordereau
		2015-08-31 2015-08-31	Cisolift Distribution Inc. Location Hewitt.	98 335,00 122 750,00	non conforme	

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
BE600123	Fourniture et livraison d'un (1) chariot élévateur de 8000 lbs tout terrain à quatre (4) roues motrices et d'un (1) chariot élévateur de manutention	2015-09-04	Item 1 - Hewitt Équipement Ltée	104 213,00	Hewitt Équipement Ltée	Plus bas soumissionnaire conforme - plus bas soumissionnaire non conforme : attestation RQ non conforme
		2015-09-04	Item 1 - J.H. Ryder Machinerie Limitée	97 063,00	non conforme	
		2015-09-04	Item 1 - Wajax Équipement	104 990,00		
		2015-09-04	Item 1 - J. René Lafond inc.	109 782,00		
		2015-09-04	Item 2 - Hewitt Équipement Ltée	46 381,18		
		2015-09-04	Item 2 - J.H. Ryder Machinerie Limitée	0,00		
		2015-09-04	Item 2 - Wajax Équipement	0,00		
		2015-09-04	Item 2 - J. René Lafond inc.	0,00		
BE600114	Fourniture et livraison d'un système de sonorisation mobile	2015-10-30	Omnison et Lumieres	76 460,00	Omnison et Lumieres	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-10-30	L'Audi-C Sonorisation Inc.	77 774,88		
		2015-10-30	Solotech Inc.	79 344,00		
		2015-10-30	Sono Vidéo Inc.	88 085,00		
		2015-10-30	AS Production enr.	142 357,78		

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
EX516056	Système intégré de gestion de la billetterie et des entrées des événements au Parc olympique	2015-03-27	Ticketpro		Ticketpro	Plus bas soumissionnaire conforme Évaluation qualité et prix ajusté le plus bas Montant du contrat : 353 215 \$
IM700514	Services de gérance de construction pour la mise aux normes et la rénovation de la Tour de Montréal (Projet 99-727)	2015-06-17	Verreault inc.		Verreault inc.	Plus bas soumissionnaire conforme - évaluation qualité et prix ajusté le plus bas Contrat cédé en octobre 2015 - vente de Verreault à Pomerleau
		2015-06-17	Pomerleau inc.		Pomerleau inc.	
		2015-06-17	Macogep inc			
		2015-06-17	Groupe AXOR Inc.			
		2015-06-17	Entreprise de Construction TEQ Inc.			Montant du contrat : 6 342 800 \$
		2015-06-17	Construction Cogela			
IM700549	Services professionnels pour assistance et support en architecture au Parc olympique (Projet 99-727)	2015-06-03	Provencher Roy + Associés architectes		Provencher Roy + Associés architectes	Plus bas soumissionnaire conforme - évaluation qualité seulement Montant du contrat : 4,5 M\$
		2015-06-03	Aedifica Architecture + Design BLOUIN TARDIF			

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
			architecture+environnement			
		2015-06-03	Cardin Ramirez Julien, architectes			
		2015-06-03	DMA architectes s.e.n.c.r.l.			
		2015-06-03	Jodoin Lamarre Pratte Architectes inc.			
		2015-06-03	Services intégrés Lemay et associés inc.			
IM700429	Services spécialisés pour l'élaboration de la stratégie, des concepts et de la création pour le programme de réfection de la Tour de Montréal	2015-06-15	Services intégrés Lemay et associés inc.		Services intégrés Lemay et associés inc.	Évaluation qualité et prix ajusté le plus bas Montant du contrat 189 250 \$
		2015-06-15	LG2 - Labarre Gauthier Inc.			
		2015-06-15	Circo de Bakuza			
IM700566	Services professionnels pour assistance et support en structure de bâtiment au parc olympique (Projet 99-727)	2015-06-22	WSP Canada Inc. (Tout le Québec)		WSP Canada Inc. (Est-du-Québec et Centre-du-Québec)	Meilleure note qualité seulement Montant du contrat : 2 M\$
		2015-06-22	CIMA+s.e.n.c.			
		2015-06-22	Groupe SNC-Lavalin inc.			

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
		2015-06-22	Les Consultants S.M. Inc. (Bureau des Offres)			
		2015-06-22	SDK et associés inc			
		2015-06-22	Stantec Experts-conseils ltée			
IM700565	Services professionnels pour assistance et support en génie électrique et mécanique au Parc olympique (Projet 99-727)	2015-07-07	Bouthillette Parizeau Inc.		Bouthillette Parizeau Inc.	Meilleure note qualité seulement Montant du contrat : 2,2 M\$
		2015-07-07	Beaudoin Hurens			
		2015-07-07	Les Consultants S.M. Inc. (Bureau des Offres)			
		2015-07-07	Pageau Morel inc.			
		2015-07-07	Stantec Experts-conseils ltée			
		2015-07-07	Tetra Tech QB Inc.			
		2015-07-07	WSP Canada Inc. (Tout le Québec)			
		2015-07-07	GCM Consultants/Construction Volo			
		2015-07-07	Dupras Ledoux Inc.			

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
IM700321	Service d'un agent de la santé et de la sécurité au travail pour le Parc olympique	2014-11-19	SSTConsultants inc.	420 000,00	SSTConsultants inc.	Plus bas soumissionnaire conforme Plus bas soumissionnaire était non conforme : contrats similaires non conformes et qualification
		2014-11-19	Consultants MSDF inc.	357 000,00	non conforme	des candidats non conformes
		2014-11-19	Experts Geoconseils	389 100,00	non conforme	(tirage au sort entre les 2 soumissionnaires ex-aequo)
		2014-11-19	Action SST	420 000,00	ex-aequo / tirage au sort	
		2014-11-19	Secuformac Inc	450 000,00		
		2014-11-19	IGF Vigilance	513 000,00		
		2014-11-19	CIMA+s.e.n.c.	540 000,00		
EX516169	Inspection annuelle des systèmes de protection, de détection incendie et des réseaux de signalisations du Stade olympique de Montréal	2015-05-20	Tyco Feu et Sécurité Intégrés	1 392 177,00	Tyco Feu et Sécurité Intégrés	Plus bas soumissionnaire conforme Plus bas soumissionnaire non conforme : licence RBQ non conforme
		2015-05-20	Guard-x inc	327 715,00	non conforme	
		2015-05-20	Protection Incendie MCI inc.	1 682 220,00		

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
EX517590	Services de contrôle de foule lors d'événements au Parc olympique	2015-10-22	Groupe de sécurité Garda SENC	24,30%	Groupe de sécurité Garda SENC	Plus bas soumissionnaire conforme - une seule soumission reçue Montant du contrat : 900 000 \$
EX516246	Fournir la main d'œuvre , les équipements et les matériaux nécessaires pour effectuer des travaux en plomberie au Parc olympique	2015-01-26	Av-Tech inc.	37,99%	Av-Tech inc	Plus bas soumissionnaire conforme - plus bas soumissionnaire non conforme : permis de place d'affaire non conforme Montant du contrat : 450 000 \$
EX516188	Entretien préventif et réparation des portes levantes du Parc olympique et des équipements pétroliers au Parc olympique	2015-01-26	Plomberie Aqua Plus inc.	14,85%	n/c	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-01-26	Tuyauterie Dunor inc.	48,00%		
		2015-01-28	Asselin Industriel - Porte Dorion 1948	192 661,00	Asselin Industriel - Porte Dorion 1948	
		2015-01-28	Les Portes Industrielles Indotech inc.	235 650,20		
		2015-01-28	Citadelle	280 650,00		
EX516437	Fournir la main-d'oeuvre, l'équipement et tous les matériaux nécessaires pour effectuer des travaux d'électricité au Parc olympique	2015-01-21	La Cie électrique Britton Ltée	15,00%	La Cie électrique Britton Ltée	Plus bas soumissionnaire conforme (tirage au sort entre les 2 soumissionnaires ex-aequo)

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
IM700504	Construction des départements ingénierie, construction et entretien au Parc olympique / Projet 99-600	2015-01-21	Le Groupe Parmo	15,00%	ex aequo / tirage au sort	Plus bas soumissionnaire conforme
		2015-01-21	JNA Leblanc électrique inc	16,00%		
		2015-01-21	Av-Tech INC..	22,44%		
		2015-01-21	Les Services Électriques Blanchette Inc.	30,00%		
		2015-01-21	Rial Électrique Inc.	32,00%		
		2015-05-01	Groupe VIG inc.	1 491 000,00	Groupe VIG inc.	
		2015-05-01	Constructions Pier-Jal inc.	1 816 850,00		
		2015-05-01	Groupe C. & G. Beaulieu inc	1 692 598,00		
		2015-05-01	Construction D.L.T. (2014) inc.	1 647 000,00		
		2015-05-01	Construction Sanabel inc.	1 629 970,78		
		2015-05-01	Construction Michel Gagnon Ltee - Québec	1 588 850,00		
		2015-05-01	Norgereq Ltée.	1 584 201,26		
		2015-05-01	Les Entreprises QMD inc.	1 584 200,00		

Question RP2-41

Sujet : Appels d'offres RIO

Appel d'offres (no)	Titre	Date de conclusion du contrat	Soumissionnaire	Montant soumis	Contractant	Justification du choix de l'adjudicataire
		2015-05-01	Procova Inc.	1 564 000,00		
		2015-05-01	Construction Gesmo Inc.	1 510 000,00		

Les informations relatives aux contrats octroyés à des firmes externes sont disponibles sur le système électronique d'appel d'offres du gouvernement du Québec : <https://www.seao.ca/> ainsi qu'aux engagements financiers de 25 000\$ et plus qui feront l'objet d'une étude particulière par la Commission de l'administration publique.

2016-2017

Ministère du Tourisme
Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 42

Copie de la correspondance échangée entre Tourisme Québec et la RIO concernant l'avenir du Stade olympique.

Question RP2-42 Sujet : Avenir stade olympique

Aucune correspondance échangée.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

TQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 43

Liste des publicités faites à l'étranger pour 2015-2016, coûts engendrés et résultats obtenus. Prévisions pour 2016-2017.

NOM	RÉSULTAT	COÛT
America Unlimited- Promotion consommateurs	Campagne de positionnement en collaboration avec le voyageur America Unlimited.	7 500 \$
Publicité Boomerang Reisen	Contribution pour page dans la brochure USA/Canada 2016/2017 + pour page dans la brochure Boomerang distribuée au grand public pendant les foires	3 077 \$
Canusa	Participation à la brochure ainsi qu'au microsite du voyageur allemand CANUSA.	11 199 \$
Explore Fernreisen – bulletins d'information	2 publi-rédactionnels du Québec dans infolettre du tour opérateur Explorer Fernreisen.	1 337 \$
Faszination Fernweh	Campagne publicitaire en ligne sur le portail germanophone de travelzoo.com, 2 bulletins, nouveau forfait "Québec exclusif" qui comprend les grandes villes québécoises ainsi que des expériences grande nature.	4 940 \$
TomOn Tour / Diversity Tourism	Campagne en ligne en partenariat avec le voyageur TomOnTour. Campagne sur le site GLBT TomOnTour.com.	5 384 \$
Prix de présence DER Summer Lights	Participation aux prix de présence pendant la bourse "DER Summer Lights". Les coûts ont été partagés entre tous les partenaires et Destination Canada.	500 \$
Publicités KANADA / America Journal	Parution de deux publicités dans des revues touristiques spécialisées de l'Allemagne.	8 472 \$

NOM	RÉSULTAT	CÔÛT
Publicité Boomerang Reisen	Parution d'une annonce d'une page complète dans la brochure USA/Canada 2015/2016 du voyageur Boomerang Reisen	3 065 \$
2015 Campagne été – hiver de Destination Canada (DC)	Campagne tactique réalisée conjointement avec DC s'adressant directement aux consommateurs chinois. Avec les segments vidéos dans CTC-TV et des médias ciblés, cette campagne vise à amener la clientèle à planifier des vacances au Québec et à procéder à l'achat.	150 000 \$
Brochures Destination Canada 2016	Frais de participation aux trois brochures en mandarin éditées par Destination Canada.	20 000 \$
Publicités Destination Canada	Parution de publicités pour le Québec dans les trois brochures éditées par Destination Canada en 2016.	12 000 \$
Campagne lancement vol Montréal – Pékin	Campagne publicitaire en Chine visant à promouvoir la nouvelle liaison aérienne Montréal-Pékin. Dossier en collaboration avec Destination Canada, Tourisme Montréal et Aéroports de Montréal.	611 000 \$
Itinéraires thématiques	Production d'itinéraires thématiques proposant aux professionnels de l'industrie touristique chinoise des idées de forfaits parmi les principales "expériences touristiques" que le MTO souhaite promouvoir en Chine : nature/écotourisme de luxe, tourisme familial, tourisme culturel, voyages de motivation.	21 405 \$

Question RP2-43

Sujet : Publicités faites à l'étranger

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Formation auprès des agents de voyages irlandais de Prestige Holidays	Frais de participation à une soirée d'agents de voyage avec le tour opérateur Prestige Holidays	2 473 \$
Québec : A not-so-slushy winter white romance	Campagne marketing en partenariat avec le tour opérateur de luxe Black Tomato présentant les offres hivernales uniques, insolites et/ou romantiques au Québec. Lancement du nouvel itinéraire romantique destiné aux couples.	3 541 \$
Partenariat marketing avec Insight Vacations	Promotion de l'itinéraire "Best of Eastern Canada & USA" avec une mise en valeur du Québec grâce à un visuel publicitaire spécial Québec d'une demi-page dans plusieurs brochures et médias.	5 665 \$
Partenariat marketing avec HF Holidays	Promotion du circuit "Journey to Niagara" incluant 6 nuits au Québec en collaboration avec la Société ontarienne de partenariat en marketing touristique.	2 000 \$
Partenariat marketing avec Canadian Sky	Promotion des itinéraires de Canadian Sky incluant le Québec.	10 295 \$
Partenariat marketing avec Stewart Travel Group (My Canada Trips)	Promotion des itinéraires à destination du Québec des agences My Canada Trips, Scotlands Cruise Centre, Cruise Kings, Stewart Travel, Ski Kings & Golf Kings.	10 116 \$
Partenariat marketing avec Trailfinders	Campagne publicitaire multicanaux réalisée en partenariat avec Destination Canada afin de promouvoir les produits du Canada et du Québec chez ce grossiste.	10 116 \$
Publicité dans le magazine professionnel TTG	TTG (Travel Trade Gazette) est un magazine professionnel incontournable pour les professionnels du tourisme au Royaume-Uni.	5 761 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Selling Canada	Publi-rédactionnel dans le magazine BtoB Selling Travel.	9 301 \$
Partenariat Marketing avec le TO Canadian Affair	Promotion des produits du tour opérateur et de la nouvelle liaison aérienne Londres – Glasgow.	10 000 \$
Partenariat Marketing avec Welbeing Escape	Inscription publicitaire faisant la promotion du Monastère des Augustines et du Québec sur des sites de voyage et de bien-être.	4 856 \$
Campagne Air Canada	Promotion du nouveau vol "Mexico-Montréal" d'Air Canada via une campagne promotionnelle 100% numérique en partenariat stratégique avec Air Canada, Aéroports de Montréal (ADM) et Destination Canada. De plus, une campagne traditionnelle en partenariat avec les voyageurs Mega Travel et Corporate Travel Services agit en complémentarité en vue de stimuler des ventes concrètes.	30 000 \$
Campagne de Destination Canada Ahora es cuando	Promotion du Festival de Jazz de Montréal et de l'Hôtel de glace dans le cadre de la campagne annuelle de DC 2015. La participation du MTO est sur deux mois: avril pour le Festival de jazz et novembre pour l'Hôtel de glace. Des forfaits sur le Québec sont mis de l'avant pendant toute la durée de cette campagne.	20 000 \$
Campagne avec Grupo Medios	Visibilité de 41 pages éditoriales, 9 pleines pages d'annonces publicitaires et une page couverture pour un numéro. Cette proposition de la revue Bleu & Blanc (Grupo Medios), revue spécialisée en voyage, comprend une présence éditoriale et publicitaire s'étalant sur une période de neuf mois.	35 031 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Promotion KGB été automne	Promotion avec différents partenaires pour couvrir la deuxième partie de l'été et prolonger sur l'automne jusqu'en décembre. Les partenaires sont: le Groupe Mundo Joven, Viajes el Corte Inglés et Aeromexico.	37 521 \$
Campagne hivernale avec Mega Travel	Campagne promotionnelle en partenariat stratégique avec Mega Travel, le plus important tour opérateur mexicain.	8 435 \$
Campagne hivernale avec Live it by Valero Viajes	Campagne promotionnelle en partenariat stratégique avec le voyageur "Live it by Valero Viajes". En continuité avec la tournée de familiarisation qui a été réalisée en octobre 2015.	5 000 \$
Expo Mayoristas Informa (EMI) La revue	Parution de 16 pages de publicité dans la revue de l'Association des voyageurs mexicains Expo Mayoristas qui s'adresse aux agences de voyages. Cette série d'annonces publicitaires se fait en étroite collaboration avec des voyageurs mexicains membres de cette association.	8 626 \$
Campagne avec Destination Canada (Ahora es cuando)	Promotion du Festival de Jazz de Montréal dans le cadre de la campagne annuelle 2016 de Destination Canada sous le thème «Ahora es cuando» (L'heure est venue). Avec cette expérience distinctive de Destination Canada, le Québec a été la destination vedette de cette campagne durant le mois de mars 2016. Des forfaits sur le Québec sont mis de l'avant pendant toute la durée de la campagne 2016.	40 000 \$
Jeu-concours radio avec Air Transat Belgique été 2015	Jeu-concours sur les radios NRJ et Nostalgie ainsi que sur les chaînes de TV AB3 et AB4, en collaboration avec Air Transat Belgique.	1 675 \$
Magazine Terre Sauvage 1 Édition Milan Presse	Il s'agit d'un article de 20 pages consacré au Québec Nature dans le numéro du mois de mai de Terre Sauvage.	7 545 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Campagne avec la radio belge en partenariat avec Air Transat, Québec authentique, l'Office de tourisme de Québec.	Frais de production pour l'émission radio <i>La Grande Évasion</i> sur Vivacité en Belgique. Mise en place d'une campagne radio avec la compagnie aérienne Air Transat en Belgique pour pousser les départs touristiques et la promotion de la destination. Un voyage est offert en contrepartie de citations et de mise en avant de la destination dans lors d'une émission consacrée au tourisme pendant la période estivale.	3 245 \$
Campagne Radio Air Transat été 2015	Campagne radio d'Air Transat pour promouvoir la destination et leurs vols depuis la province.	19 703 \$
Campagne radio sur le groupe LIP avec Air Transat	Campagne sur le groupement de radios LIP avec 3 annonces radio différents (1 Canada, 1 Québec et 1 Tourisme Montréal). Enregistrement des annonces radio avec une actrice québécoise. 84 annonces radio au total diffusées du 2 au 7 novembre 2015 et du 11 au 16 janvier 2016 (28 pour le Québec). L'annonce met en valeur les activités hivernales au Québec, le plaisir de vivre, les villes et les grands espaces, tout ceci accompagné d'un prix d'appel Air Transat à 399 €. Le groupe LIP est composé de RFM Ile-de-France, Virgin Radio Ile-de-France, Ouï FM Ile-de-France et Radio FG Ile-de-France.	10 067 \$
Manuel des ventes	Création d'un manuel des ventes destiné aux professionnels du tourisme.	19 093 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Campagne avec le réseau de distribution Carrefour	Promotion d'ampleur nationale sur tout le réseau Carrefour Voyages (125 agences intégrées + 40 agences franchisées). Mise en avant durant 2 semaines et produits en vente durant 4 semaines. Dispositif de promotion via son réseau agences (publicité, films sur écrans, totems, etc) + sur le site web Carrefour Voyages.fr (Home page, Newsletters, etc) + Carrefour Hypermarché (catalogue carrefour tiré à 17 millions d'exemplaires, Mural TV, barres de caisse, etc) + Formations agences de voyage organisées par Carrefour.	38 312 \$
Co-branding avec Club Med sur Lonelyplanet	Promotion des forfaits Club Med au Québec via le site web Lonelyplanet en février/ mars 2016. Partage de coûts égal entre le Ministère et le forfaitiste.	9 195 \$
Campagne Vacances Transat été 2016	Campagne dans la presse écrite pour promouvoir les ventes été ciblant les médias les plus en phase avec les profils de clients de Vacances Transat (profils identifiés selon une étude approfondie - médias ciblés en fonction d'un algorithme prenant en compte les caractéristiques de clientèle fournies): format A4 avec un visuel Québec, le logo Québec Original (et celui de Vacances Transat) associés à une offre de forfait Vacances Transat (produit à 80% Québec avec les Chutes du Niagara donc un peu d'Ontario, donc un produit destiné à plaire à une très large audience). Titres de la presse écrite couverts: TV mag de Madame Figaro, TV mag du Parisien IDF, Le Point, Le Parisien mag, Figaro Mag, Paris Match.	22 987 \$
Jeu concours avec Air Transat et MTL sur radio belge Vivacité	Jeu concours proposé par Air Transat Belgique sur l'émission radio La Grande Evasion (très écoutée) sur la radio belge N°1 en Wallonie: Vivacité. Chaque samedi, de 13h à 15h, une destination ou un prestataire touristique est mis à l'honneur à travers un séjour à gagner, de séquences rédactionnelles, d'interventions d'auditeurs racontant leur expérience de la destination et de nombreuses annonces diffusées durant la semaine précédant l'émission.	421 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Hotelpian Suisse	Promotion de la destination québécoise sur les plateformes du grossiste Hotelplan.	10 000 \$
Knecht Suisst	Campagne promotionnelle en partenariat avec le grossiste suisse Knecht Reisen.	7 000 \$
Team Canada / Canada Theater 2015	Participation à l'association "Team Canada" formée par Destination Canad-Japon pour promouvoir la destination auprès du réseau de distribution japonais et au projet Canada Theater, campagne de marketing intégrée sur le WEB, la Télé Japonaise et des publicités coop avec les principaux tout opérateurs japonais.	27 500 \$
BBCanada MAGAZINE	Révision et consolidation de divers articles de la journaliste. Édition de l'article qui sera accompagné des images de la journaliste. Édition et publication d'un article sur la Route Verte au Québec dans le répertoire en ligne des B&B du Canada.	1 000 \$
Pedal Magazine	Publicité pleine page - 4C sur le produit vélo dans les éditions Spring 2015, Fashion 2015, Summer 2015 ainsi qu'une super bannière 728 X 90 durant 3 mois.	7 350 \$
MPO Educational Travel	Achat de visibilité dans la nouvelle brochure du voyageiste spécialisé dans le tourisme éducatif / culturel visant la clientèle scolaire. Le Québec occupe une grande partie de la brochure qui aura une durée de vie de deux ans et est distribuée à 5000 exemplaires dans 5 provinces canadiennes et trois états américains.	1 000 \$
Great Canadian Bucket List	Plan de visibilité dans le cadre du projet de marketing intégré « The Great Canadian Bucket List ». Intégration de mesures de visibilité lors des conférences effectuées par M. Robin Esrock durant la tournée de promotion de son nouveau livre « Great Central Canadian Bucket List » à travers le Canada. Aussi, ce partenariat offrira d'intégrer plusieurs éléments de visibilité multiplateformes sur le Québec et de la marque Québec Original. 2 ^e parution.	3 750 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Publicité Horizon Travel & Lifestyle Magazine	Publicité dans le magazine Horizon Travel & Lifestyle tiré à 100 000 exemplaires et constitué d'un lectorat d'environ 226 000 personnes de la région métropolitaine de Toronto.	7 500 \$
Outpost Magazine	Publicité dans le magazine Outpost Magazine tiré à plus de 24 000 exemplaires avec un lectorat de 140 000 personnes principalement en Ontario, mais aussi dans le reste du Canada.	24 500 \$
Ultimate Ski Vacations / Merit Inc.	Pages publicitaires dans les brochures, magazines et page web du ski et lien avec microsite de ski Quebecoriginal.	22 500 \$
Ski Canada Partnership	Programme en partenariat avec Destination Canada pour faire la promotion du ski au Canada sur les marchés américains (Californie et Nord-Est) ainsi qu'au Royaume-Uni et en Australie.	15 000 \$
Shemans Travel Media – Winter Promotion	Campagne et promotion avec le groupe Shermans Travel Media qui est une plateforme multi média digitale avec une base de données consommateurs de plus de 3,7 millions de lecteurs et consommateurs.	84 810 \$
Road Scholar	Road Scholar est un voyageur américain effectuant de la vente en direct, spécialisé dans le voyage d'apprentissage et expérimentiel, le plus important du genre aux États-Unis.	62 382 \$
Guide Ulysse sur le patrimoine religieux québécois	Mise en valeur du patrimoine religieux québécois par : la création de contenu rédactionnel sous forme de base de données; et par la publication d'un guide de découverte en version papier et en version numérique en français et en anglais.	7 500 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Projet ADARA	Campagne avec la compagnie Adara. Visibilité et forfait. Adara a la possibilité de suivre les réservations et de nous fournir de l'intelligence de marché quant à la provenance des clients et du chemin fait en ligne pour les réservations. Adara pourra également suivre nos placements avec Shermans Travel.	84 810 \$
ABA Marketplace	Une page de publicité dans l'édition de mars du magazine d'ABA, American Bus Association, une des plus importantes associations et regroupement de voyageurs américains.	923 \$
Campagne CCT « Germany Consumer Initiative »	Campagne de positionnement en Allemagne pilotée par Destination Canada	100 000 \$
Campagne « Génération Y » de Destination Canada	Campagne pan canadienne visant à convaincre les Canadiens et Canadiennes de la génération Y de découvrir le Québec dans le cadre du 150 ^e anniversaire du Canada. (500 000 sur 3 ans)	62 500 \$
Campagne Ski 2015-2016	Campagne initiée par Destination Canada visant augmenter le nombre de visites de skieurs américains au Canada. (25 000 USD)	34 336 \$
Campagne hiver 2015-2016 sur les marchés des États-Unis et de l'Ontario	Campagne promotionnelle visant à conserver une présence sur nos marchés prioritaires, américains et ontariens, lors des périodes de planification des vacances des touristes potentiels pour l'hiver.	250 556 \$
Campagne hiver 2015-2016 sur le marché de la France	Campagne de familiarisation et de notoriété ciblant les consommateurs CSP (catégories socio-professionnelles) de 30-55 ans et amateurs de nature, de grands espaces, de culture et grands voyageurs, provenant principalement de Paris	991 529 \$

NOM	RÉSULTAT	COÛT
Campagne été 2016 (phase de préparation) sur les marchés de la France, des États-Unis et de l'Ontario	Diffusion du documentaire « Blind Love » dans le cadre des campagnes été 2016 visant à augmenter la notoriété du Québec. (Campagne de 3 977 655\$ sur deux années financières)	916 754 \$
Connecting America	Campagne promotionnelle (2016-2019) visant les consommateurs américains pilotée par Destination Canada. (Campagne de 300 000\$ sur deux années financières)	75 000 \$
Campagne France été 2015 (phase livraison)	Campagne principalement Web dont les créneaux mis de l'avant ont été : nature/aventure/plein air, « road trip », festivals et événements et séjours urbains.	1 089 858 \$
Campagne Ontario été 2015 (phase de livraison)	Campagne principalement Web dont les créneaux mis de l'avant ont été : séjours urbains, tourisme gourmand/agrotourisme, festivals et événements, nature/aventure/activités sportives et « road trip ».	405 565 \$
Campagne États-Unis été 2015 (phase de livraison)	Campagne principalement Web dont les créneaux mis de l'avant ont été : séjours urbains, tourisme gourmand/agrotourisme, festivals et événements et « road trip ».	1 192 886 \$
Campagne France hiver 2016-2017 (phase de préparation)	Campagne hivernale principalement Web. En continuité avec la campagne estivale l'axe de communication retenu est « Découvrez le Québec en cinq sens.». Campagne de 750 000 \$ répartie sur deux années financières)	71 476 \$
	Total	6 808 844 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

RIO

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 43

Liste des publicités faites à l'étranger pour 2015-2016, coûts engendrés et résultats obtenus. Prévisions pour 2016-2017.

Question RP2-43 Sujet : Publicités faibles à l'étranger

Sans objet.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SCCQ

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 43

Liste des publicités faites à l'étranger pour 2015-2016, coûts engendrés et résultats obtenus. Prévisions pour 2016-2017.

Question RP2-43 Sujet : Publicités faïres à l'étranger

Meet and Travel Mag.	Placement publicitaire dans le magazine	4 915,25 \$
Meet and Travel Mag.	Placement publicitaire dans le magazine	5 557,40 \$
ICCA	Placement publicitaire dans le Guide de l'ICCA	4 049,90 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

SPCM

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 43

Liste des publicités faites à l'étranger pour 2015-2016, coûts engendrés et résultats obtenus. Prévisions pour 2016-2017.

Question RP2-43

Sujet : Publicités faites à l'étranger

publicités à l'étranger	coûts	résultats obtenus
IMEX – Site Internet	0 \$	Visibilité auprès des visiteurs d'IMEX (12 000 personnes) – Marché international
IBTM – Site Internet	0 \$	Visibilité auprès des visiteurs d'IBTM (15 000 personnes) – Marché international
IBTM – Daily	4 285 \$	Visibilité auprès des visiteurs d'IBTM (15 000 personnes) – Marché international
Meet and Travel Mag – Spécial Quebec/Palais des congrès	6 032 \$	Visibilité auprès des planificateurs d'événements internationaux francophones (7 000 exemplaires) – Marché international
MPI – International	450 \$	Visibilité auprès des internautes / planificateurs d'événements internationaux – Marché international
PCMA – Convene	0 \$	Visibilité auprès des planificateurs d'événements membres de PCMA (36 000 exemplaires) – Marché américain

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 44

Concernant les lieux d'hébergement illégal depuis 2009-2010 à aujourd'hui (ventilation par année) :

- a) actions prises par le ministère afin d'enrayer les lieux d'hébergement illégal;
- b) nombre de ressources dédié au dépistage d'établissements illégaux;
- c) liste des établissements illégaux par région;
- d) nombre de constats d'infractions émis par le ministère et montant des constats d'infractions.

Actes de dépistage et suivis de dénonciation	
Année	Nombre
2015-2016	679
2014-2015	359
2013-2014	525

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 45

Actions entreprises par le ministère pour mesurer la crédibilité des études d'impact économique produites depuis des années dans l'industrie touristique du Québec. Copie des analyses produites par le ministère. Travaux du comité responsable des questions méthodologiques au ministère du Tourisme.

Question RP2-45 Sujet : Crédibilité des études d'impact économique

- Le ministère du Tourisme a financé la production et le développement d'un guide méthodologique pour la réalisation des études d'impact économique des grands festivals et événements.
- Le dossier a été mis en priorité et a été piloté par le Réseau de connaissances stratégiques en tourisme (RCST) qui réunit les représentants des principales organisations régionales et sectorielles impliquées dans la recherche en tourisme.
- C'est la firme Zins Beauchesne et Associés qui avait été mandatée pour assurer sa réalisation après avoir répondu à un appel d'offres public lancé en mai 2014 et s'être imposée comme le plus bas soumissionnaire.
- Afin d'assurer une démarche rigoureuse qui tient compte de l'ensemble des paramètres de la problématique, le RCST a confié la supervision et l'encadrement des travaux de la firme à un comité de suivi qui réunissait des économistes, agents de recherche et gestionnaires des institutions suivantes :
 - Ministère des Finances du Québec;
 - Institut de la statistique du Québec;
 - Ministère du Tourisme;
 - Tourisme Montréal;
 - Office du tourisme de Québec;
 - Festivals et événements Québec;
 - Regroupement des événements majeurs internationaux.
- Inspiré de la littérature économique, le guide propose un outil crédible et financièrement réaliste de mesures d'effets positifs que génèrent dans l'économie du Québec les festivals et événements de grande envergure.
- Il a été expérimenté en juin 2015 dans une étude menée lors du Grand Prix de Formule 1 du Canada de Montréal. Les résultats de l'expérimentation ont été concluants et ont démontré avec certitude que la démarche est solide et rigoureuse sur le plan statistique et économique. Cette étude a permis de bonifier le guide, sans toutefois en modifier les exigences méthodologiques.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 46

Bilan des travaux du comité de l'Office du Tourisme de Québec sur la navette entre l'aéroport de Québec et le centre-ville.

- a) liste de toutes les options envisagées pour le service de navette;
- b) les rapports d'études préliminaires pour chacune des options jusqu'à ce jour;
- c) les rapports finaux des options étudiées jusqu'à ce jour;
- d) l'estimation des coûts pour chacune des options.

Question RP2-46 Sujet : Office du Tourisme du Québec

Le MTO n'a pas participé au comité de l'Office du Tourisme de Québec sur la navette entre l'aéroport de Québec et le centre-ville en 2015-2016.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 47

Montants remis au **Festival d'été de Québec** lors des 5 dernières années.

Question RP2-47 Sujet : Festival d'été de Québec

2015-2016 : 1 000 000 \$ (dans le cadre du programme d'Aide financière aux festivals et événements touristiques).

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 48

Montants remis au **Grand Prix de Montréal** lors des 5 dernières années.

Question RP2-48 Sujet : Grand prix de Montréal

Montant remis au Grand prix de Montréal en 2015-2016 : 4 247 310 \$

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 49

Impact touristique et financier des nouveaux modules de facturation sur l'industrie de la restauration au Québec au cours de 2015-2016.

Question RP2-49 Sujet : Modules de facturation de la restauration

Ce type d'analyse n'a pas été effectué par le MTO.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 50

État de situation de la restauration au Québec (fermetures, ouvertures, nombre de terrasses et nombre de clients en 2015-2016). Ventilation par région.

Question RP2-50 Sujet : .Restauration au Québec

La réponse à cette question n'est pas du ressort du ministère du Tourisme.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 51

Sommes investies pour le processus d'accréditation et de cotation (étoiles) pour les différents lieux d'hébergements au Québec.

Question RP2-51 Sujet : Processus d'accréditation et de cotation

2015-2016

Aucun crédit n'a été affecté à la classification de l'hébergement touristique.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 52

État de la situation et achalandage dans le milieu touristique québécois au cours de 2015-2016. Ventilation par région.

Question RP2-52 Sujet : Achalandage dans le milieu touristique

Les plus récentes statistiques d'achalandage touristiques, au niveau provincial et régional, font référence à l'année civile 2014. Pour documenter la période 2015-2016, l'information la plus juste et accessible au niveau régional est celle produite par l'Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement touristique produite par l'Institut de la statistique du Québec.

Pour la période d'avril 2015 à février 2016 inclusivement, le nombre d'unités occupées est resté relativement stable (hausse de 0,2 %) alors que l'offre d'unités disponibles a diminué de 5,1 %, et ce, par rapport à la même période en 2014-2015. En conséquence, le taux d'occupation était en hausse de trois points de pourcentage pour s'établir à 56,9 %. Le prix moyen quotidien a été de 133,90 \$ en moyenne, en hausse de 9,1 %. Seules quatre régions touristiques affichent des prix moyens quotidiens en deçà de 100 \$ la nuitée (Îles-de-la-Madeleine, Gaspésie, Chaudière-Appalaches et Manicouagan).

Parmi les régions touristiques ayant le mieux performé en matière d'achalandage, on retrouve celles de Chaudière-Appalaches, du Bas-Saint-Laurent et du Centre-du-Québec. À l'opposé, la région de Duplessis éprouve des difficultés avec un recul de 31,3 % (ralentissement économique). Les régions touristiques du Nord (en particulier la Baie-James, le Nunavik et Eeyou Istchee) ont une offre d'hébergement plus limitée et, donc, plus sensible aux fortes fluctuations.

Performance quotidienne des établissements d'hébergement d'avril 2015 à février 2016 inclusivement

	Unités disponibles quotidiennement		Unités occupées quotidiennement		Taux d'occupation moyen (%)		Prix moyen quotidien (\$)	
	2015-16	Δ %	2015-16	Δ %	2015-16	écart %	2015-16	Δ %
01 - Îles-de-la-Madeleine	274	C	120	C	44,5	C	95,70	C
02 - Gaspésie	2 551	C	1 044	C	41,5	C	97,00	C
03 - Bas-Saint-Laurent	2 377	2,9	1 181	19,3	50,3	6,9	103,00	2,4
04 - Québec	11 044	-0,3	6 898	5,1	62,6	3,3	137,60	5,7
05 - Charlevoix	2 029	-4,9	898	-0,8	44,7	1,9	131,50	4,8
06 - Chaudière-Appalaches	2 238	-1,3	1 027	27,3	46,2	10,4	92,90	6,5
07 - Mauricie	2 293	-5,2	1 026	6,2	44,8	4,6	109,00	-3,1
08 - Cantons-de-l'Est	3 597	-0,4	1 502	4,6	41,8	1,9	121,40	9,3
09 - Montérégie	4 266	-7,3	2 073	0,9	48,7	3,9	103,70	11,6
10 - Lanaudière	1 557	-2,3	563	-1,1	36,5	0,9	100,00	1,6
11 - Laurentides	5 339	-11,7	2 394	-4,1	45,0	3,6	145,50	4,4
12 - Montréal	19 497	-9,2	14 182	-3,5	72,8	4,3	153,20	16,7
13 - Outaouais	2 798	-3,0	1 583	1,5	56,7	1,6	133,10	-1,7
14 - Abitibi-Témiscamingue	1 436	1,5	755	-8,5	52,7	-5,6	113,80	3,5
15 - Saguenay-Lac-Saint-Jean	2 753	-7,5	1 207	8,3	44,0	6,4	103,60	7,9
16 - Manicouagan	1 074	1,3	513	2,8	47,9	0,4	99,50	14,0
17 - Duplessis	1 041	-1,1	356	-31,3	34,2	-15,2	109,20	3,6
18 - Baie-James	392	-17,1	171	-19,0	43,7	-1,1	111,50	10,3
19 - Laval	1 484	-1,9	1 047	1,7	70,5	2,3	109,70	4,3
20 - Centre-du-Québec	1 322	3,9	633	14,3	48,0	4,5	106,50	-5,5
21 - Nunavik	338	13,4	154	19,4	45,6	2,2	195,90	0,3
22 - Eeyou Istchee	131	5,6	43	-8,5	33,2	-4,9	151,20	21,5
Province	69 902	-5,1	39 601	0,2	56,9	3,0	133,90	9,1

Source : Enquête sur la fréquentation des établissements d'hébergement touristique (ISQ)

Note 1: Réalisée auprès des établissements de 4 unités de location et plus (établissements hôteliers et résidences de tourisme)

Note 2 : Le C signifie que la donnée est confidentielle et elle ne peut être présentée.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 53

L'ensemble et le détail des coûts directs et indirects reliés à la mise en place et à la gestion du volet tourisme de la stratégie maritime (notamment la gestion de l'enveloppe budgétaire de 30 millions pour financer des projets divers annoncée par la ministre du Tourisme le 20 février 2016) et le nombre d'ETC qui y sont ou y seront consacrés.

Question RP2-53 Sujet : Mise en place de la stratégie maritime

2015-2016

- 2 ETC aux activités liées à la mise en œuvre du volet tourisme de la Stratégie maritime ainsi que de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 qui s'y intègre.
- 2,5 ETC responsables du Programme Stratégie maritime – volet tourisme (PSMVT).

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 54

La proportion du budget total du ministère du tourisme assigné à la mise en place et la gestion de la stratégie maritime, volet tourisme.

Question RP2-54 Sujet : Mise en place de la stratégie maritime

La réponse à cette question sera transmise par le Conseil exécutif (Secrétariat à l'implantation de la stratégie maritime).

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 55

L'ensemble et les détails des coûts directs et indirects reliés à la mise en place et à la gestion et le nombre d'ETC qui y sont ou y seront consacrés pour les programmes suivants :

- a) Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT)
- b) Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020
- c) Plan d'action 2014-2017, Le Saint-Laurent : du fleuve à la mer, 4000 kilomètres de découvertes
- d) Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal 2014-2020
- e) Plan d'action 2014-2017 – L'hiver au Québec : une expérience variée, un plaisir unique
- f) Stratégie de marketing de Tourisme Québec 2014-2017
- g) Stratégie de mise en valeur du tourisme culturel
- h) Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure
- i) Table de concertation sur le tourisme autochtone
- j) Réseau de connaissances stratégiques en tourisme (RCST)
- k) Ententes de partenariat régional en tourisme
- l) Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent
- m) Stratégie touristique de développement nordique 2011-2021

Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT)

- L'ensemble des ressources du Sous-ministériat au développement de l'industrie touristique, à l'hébergement et aux projets majeurs concourent à la mise en œuvre du PDIT.

Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020

- 2 ETC aux activités liées à l'élaboration et la mise en œuvre de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 qui s'intègre au volet tourisme de la Stratégie maritime (Plan d'action 2014-2017, Le Saint-Laurent : du fleuve à la mer, 4000 kilomètres de découvertes);
- 2,5 ETC pour la gestion du Programme Stratégie maritime – volet tourisme (PSMVT).

Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal 2014-2020 et Plan d'action 2014-2017 – L'hiver au Québec : une expérience variée, un plaisir unique

- 0,1 ETC aux activités liées à l'élaboration et la mise en œuvre de la Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal 2014-2020.

Stratégie de mise en valeur du tourisme culturel et événementiel

- 0,6 ETC aux activités liées à l'élaboration de la proposition de stratégie de mise en valeur du tourisme culturel et événementiel.

Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure

- 0,6 ETC aux activités liées à l'élaboration de la proposition de stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure.

Table de concertation sur le tourisme autochtone

- 0 ETC pour 0 rencontre de la Table de concertation sur le tourisme autochtone.

Réseau de connaissances stratégiques en tourisme (RCST)

- 2 ETC pour 3 rencontres du Réseau des connaissances stratégiques.

Ententes de partenariat régional en tourisme

- 1,0 ETC pour le suivi des ententes.

Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent

- 1,25 ETC pour la gestion du Programme d'aide à la stratégie des croisières (PASC).

Stratégie touristique de développement nordique 2011-2021

- 3 ETC aux activités liées à la mise en œuvre de la Stratégie touristique québécoise au nord du 49^e parallèle dont 1,5 ETC pour la gestion du programme Aide au développement touristique au nord du 49^e parallèle, 1 ETC pour l'accompagnement des partenaires et des ATR et 0,5 ETC pour les connaissances.

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 56

L'ensemble des retombées économiques calculées et prévues pour tous les programmes suivants :

- a) Plan de développement de l'industrie touristique 2012-2020 (PDIT)
- b) Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020
- c) Plan d'action 2014-2017, Le Saint-Laurent : du fleuve à la mer, 4000 kilomètres de découvertes
- d) Stratégie de mise en valeur du tourisme hivernal 2014-2020
- e) Plan d'action 2014-2017 – L'hiver au Québec : une expérience variée, un plaisir unique
- f) Stratégie de marketing de Tourisme Québec 2014-2017
- g) Stratégie de mise en valeur du tourisme culturel
- h) Stratégie de mise en valeur du tourisme de nature et d'aventure
- i) Table de concertation sur le tourisme autochtone
- j) Réseau de connaissances stratégiques en tourisme (RCST)
- k) Ententes de partenariat régional en tourisme
- l) Stratégie de développement durable et de promotion des croisières internationales sur le fleuve Saint-Laurent
- m) Stratégie touristique de développement nordique 2011-2021
- n) Programme d'aide au développement touristique au nord du 49^e parallèle

Question RP2-56 Sujet : Retombées économiques

Le ministère du Tourisme ne dispose pas des données pour répondre à cette question.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 57

Le plan d'action sur la mise en œuvre des recommandations du Vérificateur général du Québec et des recommandations de la Commission de l'économie et du travail. L'échéancier d'application de ce plan d'action et les économies estimées avec la mise en place des recommandations.

Question RP2-57 Sujet : Vérificateur général

Le plan d'action a été déposé en juin 2014 au Secrétariat de la Commission de l'administration publique.

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 58

Concernant l'Alliance de l'industrie touristique du Québec :

- a) les divers coûts reliés à sa mise en œuvre pour l'année 2015-2016 et les prévisions pour 2016-2017;
- b) le nombre d'emplois créés, ventilés par catégorie pour l'année 2015-2016 et les prévisions pour 2016-2017;
- c) le nombre de pertes d'emploi relié à la création de l'AITQ pour l'année 2015-2016 et les prévisions pour 2016-2017;
- d) s'il y a lieu, le nombre de relocalisation d'emploi du à la création de l'AITQ pour l'année 2015-2016 et les prévisions pour 2016-2017;
- e) les sommes transférées du ministère vers l'AITQ;
- f) les membres du Conseil d'administration;
- g) la liste des moyens mis en place et leur pour assurer une reddition de compte de cet organisme ainsi que les coûts qui y sont associés pour l'année 2015-2016 et les prévisions pour 2016-2017;
- h) liste des dépenses effectuées en promotion et en publicité pour l'année 2015-2016.

Question RP2-58 Sujet : Alliance

Information non disponible à ce jour.

2016-2017

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 59

Dans le cadre de la réforme du modèle d'affaires et de gouvernance du milieu touristique, fournir les informations suivantes :

- a) la liste de tous les bureaux du marketing et des relations de presse du ministère du Tourisme pour l'année 2014-2015 et 2015-2016;
- b) la liste de tous les bureaux du marketing et des relations de presse du ministère du Tourisme qui ont été fermés pour l'année 2015-2016;
- c) les prévisions pour l'année 2016-2017 quant à la fermeture éventuelle de ces bureaux.

Question RP2-59 Sujet : Modèle d'affaires et de gouvernance

Aucun bureau n'a été fermé en 2015-2016.

Le MTO n'a pas de bureaux de marketing et de relations de presse. Il retient les services d'agences de publicité ou de relations publiques sur ses marchés prioritaires, pour agir à titre de « Bureau Destination Québec (BDQ) » afin d'y réaliser les activités de commercialisation, de relations de presse et de représentation de la destination prévues aux plans annuels d'opération.

Bureaux en 2015-2016

Localisation des bureaux	Nom des représentants
Canada (Toronto)	Vox International inc.
États-Unis (New York)	DQ Marketing and Public Relations Corporation
Europe (Paris)	Interface Tourism
Chine (Beijing)	Travel Link Marketing Co Ltd.

Ministère du Tourisme

Étude des crédits

Renseignements particuliers- 2^e Opposition

QUESTION 60

L'État d'avancement, les sommes dépensées, de chacun des grands axes (ou orientations) de la Stratégie maritime. Détail des actions entreprises, et le cas échéant des projets soutenus, par le ministère pour chacune de celles prévues au Plan d'action 2015-2020 :

- 1) Soutenir la mise en œuvre de la Stratégie de mise en valeur du Saint-Laurent touristique 2014-2020 et son plan d'action 2014-2017.
- 2) Investir 30 millions de dollars sur trois ans, pour des projets touristiques qui seront aménagés le long des rives du Saint-Laurent.
- 3) Offrir un soutien financier de 86 millions de dollars pour favoriser l'essor du tourisme maritime en appuyant le tourisme de croisière à Montréal et à Québec, incluant 20 millions de dollars pour la réhabilitation, à des fins touristiques, de la gare maritime et de la jetée Alexandra, à Montréal, 35 millions de dollars pour le projet de reconfiguration et d'agrandissement du terminal de croisières Ross Gaudreault, à Québec; 31 millions de dollars pour le réaménagement du site Dalhousie, à Québec.
- 4) Consacrer une enveloppe de 21,6 millions de dollars pour la mise en valeur de certains attraits naturels du Saint-Laurent.
- 5) Mettre sur pied un Bureau de l'offre touristique maritime à même les ressources actuelles du ministère du Tourisme, dont l'expertise sera mise à profit pour assurer la mise en œuvre du volet touristique de la Stratégie maritime.
- 6) Développer le potentiel du tourisme maritime, dont les escales de croisières reconnues de part et d'autre du 49^e parallèle, en soutenant des projets de développement d'entreprises et d'accueil touristique.
- 7) Soutenir la mise en œuvre du Plan d'action 2013-2018 : Développer notre industrie des pêches et de l'aquaculture commerciales.
- 8) Favoriser le tourisme à bord des bateaux de pêche.

Question RP2-60 Sujet : Stratégie maritime

La réponse aux questions 53 et 54 présente les coûts reliés à la mise en place et à la gestion du volet tourisme de la stratégie maritime.