



VILLE DE QUÉBEC

Agglomération de Québec

RÈGLEMENT R.A.V.Q. 686

**RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE
L'AGGLOMÉRATION SUR LE COÛT DES PERMIS ET DES
LICENCES, LES TAXES SPÉCIALES, LA TARIFICATION DE
BIENS ET DE SERVICES ET LES AUTRES FRAIS
RELATIVEMENT AUX SERVICES OFFERTS PAR L'OFFICE DU
TOURISME DE QUÉBEC**

**Avis de motion donné le 22 novembre 2011
Adopté le 6 décembre 2011
En vigueur le 9 décembre 2011**

NOTES EXPLICATIVES

Ce règlement modifie le Règlement de l'agglomération sur le coût des permis et des licences, les taxes spéciales, la tarification de biens et de services et les autres frais afin d'édicter la nouvelle tarification applicable aux services offerts par l'Office du tourisme de Québec.

RÈGLEMENT R.A.V.Q. 686

RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE L'AGGLOMÉRATION SUR LE COÛT DES PERMIS ET DES LICENCES, LES TAXES SPÉCIALES, LA TARIFICATION DE BIENS ET DE SERVICES ET LES AUTRES FRAIS RELATIVEMENT AUX SERVICES OFFERTS PAR L'OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC

LA VILLE DE QUÉBEC, PAR LE CONSEIL D'AGGLOMÉRATION, DÉCRÈTE CE QUI SUIT :

1. Le *Règlement de l'agglomération sur le coût des permis et des licences, les taxes spéciales, la tarification de biens et de services et les autres frais*, R.R.A.V.Q. chapitre C-9, et ses amendements, est modifié par le remplacement du premier alinéa de l'article 15.7, par le suivant :

« **15.7.** La tarification pour un service offert par l'Office du tourisme de Québec, avant l'entrée en vigueur du *Règlement modifiant le Règlement de l'agglomération sur le coût des permis et des licences, les taxes spéciales, la tarification de biens et de services et les autres frais relativement aux services offerts par l'Office du tourisme de Québec*, R.A.V.Q. 686, est imposée comme suit : ».

2. Ce règlement est modifié par l'insertion, après l'article 15.7, de ce qui suit :

« **15.7.1.** La tarification pour un service offert par l'Office du tourisme de Québec, à compter de la date de l'entrée en vigueur du *Règlement modifiant le Règlement de l'agglomération sur le coût des permis et des licences, les taxes spéciales, la tarification de biens et de services et les autres frais relativement aux services offerts par l'Office du tourisme de Québec*, R.A.V.Q. 686, est imposée comme suit :

1° pour la location d'espace de présentoir de 14 par 28 centimètres dans les bureaux de Tourisme Québec par l'intermédiaire de l'Office du tourisme de Québec, lorsque :

a) il s'agit d'un espace à Infotouriste Québec pour un an, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 372,50 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 447 \$;

b) il s'agit d'un espace à Infotouriste Québec pour six mois, du 1^{er} mai au 31 octobre, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 205 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 246 \$;
- c) il s'agit d'un espace à Infotouriste Québec pour six mois, du 1^{er} novembre au 30 avril, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 183,75 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 220,50 \$;
- d) il s'agit d'un espace à Infotouriste Montréal pour un an, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 481,25 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 577,50 \$;
- e) il s'agit d'un espace à Infotouriste Montréal pour six mois, du 1^{er} mai au 31 octobre, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 260 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 312 \$;
- f) il s'agit d'un espace à Infotouriste Montréal pour six mois, du 1^{er} novembre au 30 avril, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 236,25 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 283,50 \$;
- g) il s'agit d'un espace à Infotouriste Rigaud pour un an durant période d'ouverture, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 172,50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 207 \$;
- h) il s'agit d'un espace à Infotouriste Rivière-Beaudet pour un an durant période d'ouverture, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 236,25 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 283,50 \$;
- i) il s'agit d'un espace à Infotouriste Lacolle pour un an durant période d'ouverture, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 67,50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 81 \$;
- j)* il s'agit d'un espace à Infotouriste Stanstead pour un an durant période d'ouverture, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 48,75 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 58,50 \$;
- k)* il s'agit d'un espace à Infotouriste Dégelis pour un an durant période d'ouverture, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 48,75 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 58,50 \$;
- l)* il s'agit d'un espace dans les cinq Infotouristes frontaliers pour l'été, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 376,25 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 451,50 \$;
- m)* il s'agit d'un espace dans les deux Infotouristes de Québec et Montréal pour un an, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 840 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 008 \$;
- n)* il s'agit d'un espace dans tous les Infotouristes pour un an durant les périodes d'ouverture, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 225 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 470 \$;
- o)* il s'agit d'un espace dans tous les Infotouristes pour l'été seulement, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 797,50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 957 \$;
- 2° pour la location d'espace de présentoir dans un bureau d'information touristique géré par l'Office du tourisme de Québec, lorsque :

- a) il s'agit d'un espace de 10 par 23 centimètres pour un an, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 0 \$ pour le premier espace et de 310 \$ par espace additionnel;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 280 \$;
 - b) il s'agit d'un espace de 10 par 23 centimètres pour six mois, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 0 \$ pour le premier espace et de 155 \$ par espace additionnel;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 140 \$;
 - c) il s'agit d'un espace de 20 par 28 centimètres pour un an, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 310 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 370 \$;
 - d) il s'agit d'un espace de 20 par 28 centimètres pour six mois, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 155 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 185 \$;
- 2.1° pour la location d'un espace de présentoir de 30 centimètres de largeur, pour publication à grand volume dans le Bureau d'information touristique du Vieux-Québec, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 600 \$;
- 2.2° pour la location d'un espace de présentoir de 30 centimètres de largeur, pour publication à grand volume au Bureau d'information touristique de Sainte-Foy, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 700 \$;
- 2.3° pour la location d'un espace de présentoir de 30 centimètres de largeur, pour publication à grand volume, à la fois au Bureau d'information touristique du Vieux-Québec et au Bureau d'information touristique de Sainte-Foy, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 100 \$;
- 3° pour la location de luminoscope dans un bureau d'information touristique géré par l'Office du tourisme de Québec, lorsque :
- a) il s'agit de la période de janvier à mars, la tarification pour tous est de 574 \$;
 - b) il s'agit de la période d'avril à juin, la tarification pour tous est de 698 \$;

c) il s'agit de la période de juillet à septembre, la tarification pour tous est de 1 147 \$;

d) il s'agit de la période d'octobre à décembre, la tarification pour tous est de 574 \$;

e) il s'agit de la période couvrant l'année civile, la tarification pour tous est de 2 299 \$;

4° pour la location d'une aire de 1,68 par 1,07 mètre d'exposition et de vitrine commerciale dans un bureau d'information touristique géré par l'Office du tourisme de Québec, lorsque :

a) il s'agit d'une aire d'exposition pour la période d'avril à septembre, la tarification pour tous est de 270 \$;

b) il s'agit d'une aire d'exposition pour la période d'octobre à mars, la tarification pour tous est de 150 \$;

c) il s'agit d'une vitrine commerciale pour la période couvrant l'année civile, la tarification pour tous est de 535 \$;

d) il s'agit d'une vitrine commerciale pour la période d'octobre à mars, la tarification pour tous est de 150 \$;

5° pour la vente de matériel promotionnel, lorsque :

a) il s'agit d'affiches diverses, la tarification pour tous est de 6,14 \$ chacune;

b) il s'agit de l'affiche Félix-Leclerc, la tarification pour tous est de 9,88 \$ chacune;

c) il s'agit d'une épinglette Porte Saint-Louis, la tarification pour tous est de 3,08 \$ chacune;

d) il s'agit de la passe journalière d'autobus, la tarification pour tous est de 6,70 \$ chacune;

e) il s'agit d'un lot de 500 cartes postales, la tarification pour les membres et les partenaires est de 75 \$;

f) il s'agit de la carte routière du Canada, édition 2010, bilingue, la tarification pour tous est de 5,27 \$ chacune;

g) il s'agit de la carte routière touristique de la région de Québec, édition 2007, lorsque :

i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 4,39 \$ chacune;

- ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 2,19 \$ chacune;
 - h) il s'agit de la carte routière Le Québec officielle 2010, lorsque :
 - i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 3,51 \$ chacune;
 - ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 2,77 \$ chacune;
 - i) il s'agit de l'Official Road Map Québec 2010, lorsque :
 - i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 3,51 \$ chacune;
 - ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 2,96 \$ chacune;
 - j) il s'agit d'une pochette touristique à velcro, la tarification est de 2,53 \$ chacune;
 - k) il s'agit du DVD - Ville de Québec City, la tarification pour tous est de 19,75 \$ chacun;
- 6° pour la vente à commission de prestation touristique offerte par les membres de l'Office du tourisme de Québec, la tarification pour un membre est de 15 % du coût de la prestation vendue;
- 7° pour une activité ad hoc offerte aux membres de l'Office du tourisme de Québec, lorsque :
- a) il s'agit d'un membre, la tarification est le résultat obtenu en divisant les coûts directs prévus par le nombre de participants anticipés;
 - b) il s'agit d'un non-membre, la tarification est celle obtenue en vertu du paragraphe a) majorée de 25 %;
- 8° pour l'achat d'une publicité dans le Guide touristique 2012-2013, en noir et blanc, lorsque :
- a) il s'agit d'une page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 4 919 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 6 149 \$;
 - b) il s'agit d'une demi-page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 3 092 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 865 \$;

c) il s'agit d'un tiers de page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 218 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 773 \$;

d) il s'agit d'un quart de page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 923 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 404 \$;

9° pour l'achat d'une publicité dans le Guide touristique 2012-2013 en quatre couleurs, lorsque :

a) il s'agit du couvert arrière, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 14 236 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 17 795 \$;

b) il s'agit du couvert C-2 rabat, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 11 267 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 14 084 \$;

c) il s'agit du couvert C-7, rabat, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 10 371 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 12 964 \$;

d) il s'agit d'une page parmi les pages 1 à 5 ou 200, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 8 550 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 10 688 \$;

e) il s'agit d'une page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 6 560 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 8 200 \$;

f) il s'agit d'une demi-page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 4 122 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 5 153 \$;

g) il s'agit d'un tiers de page, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 958 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 698 \$;

h) il s'agit d'un quart de page, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 564 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 205 \$;

i) il s'agit d'une inscription dans un cadre, avec photo, dans la section « Restaurant et magasinage », lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 240 \$;

10° pour l'achat d'une publicité dans le Guide d'hébergement 2012-2013 en quatre couleurs, lorsque :

a) il s'agit du couvert 2, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 7 424 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 9 280 \$;

b) il s'agit du couvert 3, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 7 045 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 8 806 \$;

c) il s'agit de la page centrale, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 6 473 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 8 091 \$;

d) il s'agit d'une page, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 110 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 6 388 \$;

e) il s'agit d'une demi-page, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 3 218 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 4 023 \$;

f) il s'agit d'une cinquième de page, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 477 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 846 \$;

11° pour l'achat d'une publicité dans la carte des parcours cyclables de la région de Québec 2011-2012 en quatre couleurs, lorsque :

a) il s'agit d'une couverture arrière extérieure, volet 2, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 851 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 315 \$;

b) il s'agit d'une couverture arrière intérieure, volet 1, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 499 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 877 \$;

c) il s'agit d'un volet vertical, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 974 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 214 \$;

d) il s'agit d'un demi-volet vertical, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 500 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 622 \$;

e) il s'agit d'une inscription des coordonnées, courte description et logo ou photo, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 265 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 328 \$;

f) il s'agit d'une inscription des coordonnées seulement, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 175 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 216 \$;

12° pour l'achat d'une publicité dans le Carnet moto 2011, lorsque :

a) il s'agit d'un espace simple, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 425 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 550 \$;

b) il s'agit d'un espace double, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 800 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 000 \$;

c) il s'agit d'une page, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 500 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 800 \$;

13° pour l'achat d'une publicité dans la carte des sentiers de motoneige 2010-2012 et dans lesitedestinationmotoneige.com, section. « Région de Québec », lorsque :

a) il s'agit du couvert arrière extérieur, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 479 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 035 \$;

b) il s'agit du couvert arrière intérieur, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 856 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 321 \$;

c) il s'agit d'un volet, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 127 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 397 \$;

d) il s'agit d'un demi-volet, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 627 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 775 \$;

e) il s'agit d'un quart de volet, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 408 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 515 \$;

f) il s'agit d'une inscription, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 133 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 168 \$;

14° pour la location d'un espace dans la brochure de la campagne de promotion 2011 du Chemin du Roy, lorsque :

a) il s'agit d'un espace de trois pouces par un pouce, lorsque :

i. il s'agit d'un organisme ou d'une entreprise lié à la thématique, la tarification est de 200 \$;

ii. il s'agit d'un membre, la tarification est de 300 \$;

iii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 400 \$;

15° pour la vente de la liste des membres dans sa version numérique, lorsque :

a) il s'agit d'un membre, la tarification est de 250 \$;

b) il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 000 \$;

16° pour la vente de la liste des intervenants touristiques de la grande région de Québec dans sa version numérique, lorsque :

a) il s'agit d'un membre, la tarification est de 500 \$;

b) il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 750 \$;

17° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Accueil », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 300 par 250 pixels, la tarification pour un membre est de 1 355 \$;

18° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Vivez l'expérience », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 250 \$;

19° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Hébergement », du 2 mai au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 500 \$;

20° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Restaurants », du 2 mai au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 350 \$;

21° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Activités et attraits », du 2 mai au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 500 \$;

22° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Hébergement (accueil et résultats de recherche) », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 285 à 125 pixels, la tarification pour un membre est de 250 \$;

23° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Restaurants », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 250 \$;

24° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Activités et attraits », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 250 \$;

25° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Événements », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 250 \$;

26° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Vivez l'expérience », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 250 \$;

27° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Je suis... », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 215 \$;

28° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Québec et la région », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 260 \$;

29° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Routes, circuits et baladodiffusions », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 260 \$;

30° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Autres inspirations », du 2 mai au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 260 \$;

31° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Accueil », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 300 par 250 pixels, la tarification pour un membre est de 1 382 \$;

32° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Vivez l'expérience », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

33° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Hébergement », du 3 octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 510 \$;

34° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Restaurants », du 3 octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 357 \$;

35° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Activités et attraits », du 3 octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 510 \$;

36° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Hébergement », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 285 à 125 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

37° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Où manger », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

38° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Quoi faire », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

39° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la page de résultats de recherche (moteurs spécialisés), section « Evénements », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 435 à 95 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

40° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Vivez l'expérience », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 255 \$;

41° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Je suis... », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 219 \$;

42° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Québec et la région », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 265 \$;

43° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Circuits et baladodiffusions », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 265 \$;

44° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle rotative dans la section « Autres inspirations », du 3 octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 265 \$;

45° pour un lien hypertexte lorsqu'il s'agit de la création d'un lien entre le nom d'un membre dans une liste produite suite à une recherche et la page web, la tarification pour un membre est de 105 \$;

46° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires - Hôteliers, Marchés québécois, canadien et américain, lorsque :

a) il s'agit de la participation or, pour un hôtelier membre, la tarification est de 22 500 \$;

b) il s'agit de la participation argent, pour un hôtelier membre, la tarification est de 13 500 \$;

c) il s'agit de la participation bronze plus, pour un hôtelier membre, la tarification est de 9 000 \$;

d) il s'agit de la participation bronze moins, pour un hôtelier membre de l'Office, la tarification est de 6 300 \$;

47° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires - Services aux congrès et à l'industrie, Marchés québécois, canadien et américain, pour une participation bronze, pour une entreprise de services aux congrès et à l'industrie membre, la tarification est de 1 800 \$;

48° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires - Salles de réunion, réception et banquet, Marchés québécois, canadien et américain, lorsque :

a) il s'agit d'une participation or, pour un fournisseur de salles de réunions, réception et banquet membre, la tarification est de 6 750 \$;

b) il s'agit d'une participation argent, pour un fournisseur de salles de réunions, réception et banquet membre, la tarification est de 4 050 \$;

49° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires - Centre des congrès, Marchés québécois, canadien et américain, pour une participation or, pour un centre des congrès membre, la tarification est de 67 500 \$;

50° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires - Centre de foires, Marchés québécois, canadien et américain, pour une participation argent, pour un centre de foires membre, la tarification est de 10 000 \$;

51° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires - Transporteurs, Marchés québécois, canadien et américain, lorsque :

a) il s'agit d'une participation or, pour un transporteur membre, la tarification est de 22 500 \$;

b) il s'agit d'une participation argent, pour un transporteur membre, la tarification est de 13 500 \$;

52° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été - Partenaires, Marché canadien, lorsqu'il s'agit de la participation au segment « Couples matures-aventuriers actifs » ou « Couples matures-cocooning », la tarification pour un partenaire membre est de 10 000 \$;

53° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été - Partenaires, Marché américain, lorsqu'il s'agit de la participation au segment « Couples matures-aventuriers actifs » ou « Couples matures-cocooning », la tarification pour un partenaire membre est de 10 000 \$;

54° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été - Partenaires, Marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit de la participation au segment « Couples matures » ou « Familles », la tarification pour un partenaire membre est de 10 000 \$;

b) il s'agit de la participation au segment « Hyper actif urbain », la tarification pour un partenaire membre est de 2 000 \$;

55° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été - Hôteliers, Marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit de la participation au segment « Couples matures » ou « Familles », lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres ou moins, la tarification est de 4 500 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 5 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 5 500 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 6 000 \$;

b) il s'agit de la participation au segment « Hyper actif urbain », lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 450 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 500 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 550 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 600 \$;

56° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été - Hôteliers, Marché canadien, lorsque :

a) il s'agit de la participation au segment « Couples matures-aventuriers actifs » ou « Couples matures-cocooning » lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 4 500 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 5 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 5 500 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 6 000 \$;

57° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été - Hôteliers, Marché américain, lorsque :

a) il s'agit de la participation au segment « Couples matures-aventuriers actifs » ou « Couples matures-cocooning », lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 4 500 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 5 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 5 500 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 6 000 \$;

58° pour le placement publicitaire dans la campagne de suivi dans les médias de Gesca, Tourisme d'agrément été - Hôteliers, Marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 7 500 \$;

b) il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 8 000 \$;

c) il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 8 500 \$;

d) il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 9 000 \$;

59° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver 2011-2012- Hôteliers, Marché canadien, lorsque :

a) il s'agit d'une participation au segment « Couples matures » ou « Ski », Option A, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 4 500 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 5 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 5 500 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 6 000 \$;

b) il s'agit d'une participation au segment « Couples matures » ou « Ski », Option B, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 900 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 1 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 1 100 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 1 200 \$;

c) il s'agit d'une participation au segment « Couples matures » ou « Ski », Option C, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 4 050 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 4 500 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 4 950 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 5 400 \$;

60° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver 2011-2012- Hôteliers, Marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'une participation au segment « Couples matures », « Familles » ou « Jeunes adultes », Option A, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 4 500 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 5 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 5 500 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 6 000 \$;

b) il s'agit d'une participation au segment « Couples matures », « Familles » ou « Jeunes adultes », Option B, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 900 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 1 000 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 1 100 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 1 200 \$;

c) il s'agit d'une participation au segment « Couples matures », « Familles » ou « Jeunes adultes », Option C, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 99 chambres et moins, la tarification est de 4 050 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 100 à 199 chambres, la tarification est de 4 500 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 200 à 399 chambres, la tarification est de 4 950 \$;

iv. il s'agit d'un hôtelier membre, pour 400 chambres et plus, la tarification est de 5 400 \$;

61° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver 2011-2012- Partenaires, Marché canadien, lorsque :

a) il s'agit de la participation au segment « Couples matures » et « Ski », Option A, pour un partenaire membre, la tarification est de 2 500 \$;

b) il s'agit de la participation au segment « Couples matures » Option B, pour un partenaire membre, la tarification est de 4 000 \$;

c) il s'agit de la participation au segment « Ski », Option B, pour un partenaire membre, la tarification est de 4 000 \$;

d) il s'agit de la participation au segment « Couples matures » et « Ski », Option C, lorsqu'il s'agit d'un partenaire membre, la tarification est de 1 500 \$;

62° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver 2011-2012- Partenaires, Marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit de la participation au segment « Couples matures », « Familles » et « Jeunes adultes », Option A, pour un partenaire membre, la tarification est de 2 500 \$;

b) il s'agit de la participation au segment « Couples matures », « Familles » et « Jeunes adultes », Option B, pour un partenaire membre, la tarification est de 12 500 \$;

c) il s'agit de la participation au segment « Couples matures », « Familles » et « Jeunes adultes », Option C, pour un partenaire membre, la tarification est de 1 500 \$;

63° pour le placement publicitaire dans le Guide des vacances au Québec avec la SATQ, campagne Tourisme d'agrément hiver 2011-2012, Marché Intra-Québec, lorsqu'il s'agit d'une unité pour un membre, la tarification est de 1 785 \$;

64° pour le placement publicitaire dans le « Québec Vacation Guide » avec la SATQ, campagne agrément Canada anglais, été, lorsque :

a) il s'agit d'une page, la tarification pour un membre est de 9 180 \$;

b) il s'agit d'une demi-page horizontale, la tarification pour un membre est de 4 590 \$;

c) il s'agit d'un quart de page verticale, la tarification pour un membre est de 2 295 \$;

d) il s'agit de trois quart de page, la tarification pour un membre est de 6 885 \$;

65° pour le placement publicitaire dans Le Guide des vacances au Québec avec la SATQ, campagne agrément Intra-Québec, été / automne, lorsque :

a) il s'agit d'une page, la tarification pour un membre est de 11 985 \$;

b) il s'agit de trois quart de page, la tarification pour un membre est de 8 989 \$;

c) il s'agit d'une demi-page horizontale, la tarification pour un membre est de 5 993 \$;

d) il s'agit d'un quart de page verticale, la tarification pour un membre est de 2 996 \$;

e) il s'agit de la section « Ça vaut le détour », Attraitis et événements, la tarification pour un membre est de 895 \$;

Lorsque l'Office du tourisme de Québec offre en vente une prestation touristique offerte par un de ses membres, la tarification applicable à tous est établie au coût réel de cette prestation touristique.

Lorsque certains services prévus au présent article ne sont disponibles qu'en quantité limitée, les membres de l'Office du tourisme de Québec sont desservis prioritairement.

La tarification édictée pour l'achat de publicité au Guide touristique et au Guide de l'hébergement est réduite de 10 % lorsque l'acheteur achète une publicité dans les deux guides à la fois. Un tarif additionnel représentant 10 % du tarif édicté s'applique pour l'obtention d'un positionnement garanti de la publicité achetée.

La tarification édictée pour la vente de publicité et celle relative aux campagnes publicitaires de l'Office du tourisme de Québec sont majorées de 10 % à l'égard des membres de la région touristique de Charlevoix.

La tarification édictée pour l'achat de publicité dans le Guide touristique ou dans le Guide de l'hébergement est majorée de 10 % pour un membre de l'Office du tourisme de Québec situé hors territoire. ».

3. Le présent règlement entre en vigueur conformément à la loi.

Avis de motion

Je donne avis qu'à une prochaine séance, il sera présenté un règlement modifiant le Règlement de l'agglomération sur le coût des permis et des licences, les taxes spéciales, la tarification de biens et de services et les autres frais afin d'édicter la nouvelle tarification applicable aux services offerts par l'Office du tourisme de Québec.

Dispense de lecture de ce règlement est demandée puisque tous les membres du conseil ont reçu une copie du projet de règlement.