



VILLE DE QUÉBEC

Agglomération de Québec

RÈGLEMENT R.A.V.Q. 880

**RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE
L'AGGLOMÉRATION SUR LA TARIFICATION APPLICABLE À
L'ADHÉSION AINSI QU'À LA FOURNITURE DE SERVICES DE
L'OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC RELATIVEMENT AUX
SERVICES OFFERTS AUX MEMBRES ET AUX AUTRES
CLIENTS**

**Avis de motion donné le 18 mars 2014
Adopté le 9 avril 2014
En vigueur le 15 avril 2014**

NOTES EXPLICATIVES

Ce règlement modifie le Règlement de l'agglomération sur la tarification applicable à l'adhésion ainsi qu'à la fourniture de services de l'Office du tourisme de Québec afin d'édicter la tarification pour certains services offerts par l'Office du tourisme de Québec à ses membres et aux autres clients.

RÈGLEMENT R.A.V.Q. 880

RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE L'AGGLOMÉRATION SUR LA TARIFICATION APPLICABLE À L'ADHÉSION AINSI QU'À LA FOURNITURE DE SERVICES DE L'OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC RELATIVEMENT AUX SERVICES OFFERTS AUX MEMBRES ET AUX AUTRES CLIENTS

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

1. L'article 1.1 du *Règlement de l'agglomération sur la tarification applicable à l'adhésion ainsi qu'à la fourniture de services de l'Office du tourisme de Québec*, R.A.V.Q. 769 et ses amendements, est abrogé.

2. Ce règlement est modifié par l'insertion, après l'article 1.1, de ce qui suit :

« **1.1.1.** La tarification pour un service offert par l'Office du tourisme de Québec 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 376,25 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 451,50 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 241,25 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 289,50 \$;

c) il s'agit d'un espace à Infotouriste Québec pour cinq mois, du 1^{er} novembre au 31 mars, 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 485 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 582 \$;
- e) il s'agit d'un espace à Infotouriste Montréal pour sept mois, du 1^{er} avril au 31 octobre, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 306,25 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 367,50 \$;
- f) il s'agit d'un espace à Infotouriste Montréal pour cinq mois, du 1^{er} novembre au 31 mars, 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 la période d'ouverture, 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 186 \$;
- h) il s'agit d'un espace à Infotouriste Rivière-Beaudette pour un an durant la période d'ouverture, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 232,50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 279 \$;
- i) il s'agit d'un espace à Infotouriste Lacolle pour un an durant la période d'ouverture, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 68,75 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 82,50 \$;
- j) il s'agit d'un espace à Infotouriste Stanstead pour un an durant la période d'ouverture, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 60 \$;
- k) il s'agit d'un espace à Infotouriste Dégelis pour un an durant la période d'ouverture, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 60 \$;
- 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 380 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 456 \$;
- 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 848,75 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 018,50 \$;
- 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 1 237,50 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 485 \$;
- 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 878,75 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 054,50 \$;
- 2° pour la vente de matériel promotionnel, lorsque :
- a)* il s'agit d'affiches diverses, la tarification pour les membres et les partenaires est de 6,30 \$ chacune;
 - b)* il s'agit d'un lot de 500 cartes postales, la tarification pour les membres et les partenaires est de 75 \$;
 - c)* il s'agit de la carte routière du Canada, édition 2013, bilingue, la tarification pour tous est de 5,44 \$ chacune;
 - d)* il s'agit de la carte routière touristique de la région de Québec, édition 2012, lorsque :
 - i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 4,56 \$ chacune;

- ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 2,19 \$ chacune;
 - iii. il s'agit de l'achat postal, la tarification est de 4,95 \$;
 - e) il s'agit de la carte routière Le Québec officiel 2012, lorsque :
 - i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 3,91 \$ chacune;
 - ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 3,38 \$ chacune;
 - f) il s'agit de l'Official Road Map Quebec 2012, lorsque :
 - i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 3,91 \$ chacune;
 - ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 3,60 \$ chacune;
 - g) il s'agit d'une pochette touristique à velcro, la tarification pour les membres et les partenaires est de 2,53 \$ chacune;
 - h) il s'agit du DVD - Ville de Quebec City, la tarification pour les membres et les partenaires est de 20 \$ chacun;
- 3° 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 %;
- 4° pour l'achat d'une publicité dans le Guide touristique 2014-2015, en noir et blanc, lorsque :
- a) il s'agit d'une page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 4 227 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 5 284 \$;
 - b) il s'agit d'une demi-page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 657 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 321 \$;
 - c) il s'agit d'un tiers de page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 906 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 383 \$;
- d) il s'agit d'un quart de page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 653 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 065 \$;

5° pour l'achat d'une publicité dans le Guide touristique 2014-2015 en quatre couleurs, lorsque :

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 12 234 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 15 292 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 9 682 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 12 103 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 8 912 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 11 140 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 7 348 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 9 185 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 637 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 7 047 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 3 542 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 4 428 \$;

- g)* il s'agit d'un tiers de page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 542 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 177 \$;
- h)* il s'agit d'un quart de page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 203 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 754 \$;
- i)* il s'agit d'une inscription dans un cadre, avec photo, dans la section « Restaurant et magasinage », lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 065 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 332 \$;
- 6° pour l'achat d'une publicité dans le Guide d'hébergement 2014-2015 en quatre couleurs, lorsque :
 - a)* il s'agit du couvert 2, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 929 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 7 412 \$;
 - b)* il s'agit du couvert 3, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 627 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 7 033 \$;
 - c)* il s'agit de la page centrale, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 170 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 6 462 \$;
 - d)* il s'agit d'une page, lorsque :
 - i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 4 081 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 5 101 \$;
 - e)* il s'agit d'une demi-page, lorsque :

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 570 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 213 \$;
- f)* il s'agit d'un cinquième de page, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 180 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 474 \$;

7° pour l'achat d'une publicité dans la carte des parcours cyclables de la région de Québec 2014-2015 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 1 737 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 173 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 407 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 761 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 914 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 140 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 469 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 584 \$;

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 248 \$;
 - ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 308 \$;
- f)* il s'agit d'une inscription des coordonnées seulement, lorsque :
- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 165 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 203 \$;

8° pour l'achat d'une publicité dans la carte PAD de la région de Québec, version bilingue, bilingue pliée, espagnole pliée et allemande pliée, la tarification pour tous est de 11 500 \$;

9° pour l'achat d'une publicité dans la campagne de promotion du mototourisme 2013-2014, lorsque :

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 430 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 538 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 810 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 013 \$;

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

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

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 250 \$;

10° pour l'achat d'une publicité dans la carte des sentiers de motoneige 2012-2014 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 2 528 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 096 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 893 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 367 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 149 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 425 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 639 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 790 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 416 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 525 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 136 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 171 \$;

g) il s'agit d'une publicité sur le microsite internet, lorsqu'il s'agit d'un membre ayant retenu une publicité dans la carte des sentiers de motoneige, la tarification est de 350 \$;

11° pour la location d'un espace dans la brochure de la campagne de promotion 2013-2014 du Chemin du Roy, lorsque :

a) il s'agit de l'option A de base, lorsque :

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

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

b) il s'agit de l'option B consistant à une demi-page plus une photo professionnelle et le code QR, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 695 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 825 \$;

c) il s'agit de l'option C consistant en une page, une vidéo promotionnelle, une photo professionnelle et un code QR, lorsque :

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 970 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 095 \$;

d) il s'agit de l'option complémentaire consistant en le carré latéral à la page d'accueil du site internet pour un trimestre, lorsque :

i. il s'agit d'un membre ayant déjà acheté l'une des options visées aux sous-paragraphes *a)*, *b)* et *c)*, la tarification est de 300 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre ayant déjà acheté l'une des options visées aux sous-paragraphes *a)*, *b)* et *c)*, la tarification est de 400 \$;

12° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Accueil », du 2 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 300 par 250 pixels, la tarification pour un membre est de 1 500 \$;

13° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, photo et court texte du 2 avril au 30 septembre, dans la section « Vivez l'expérience », la tarification pour un membre est de 265 \$;

14° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil, section « Hébergement », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 255 \$;

15° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, d'une photo et d'un court texte, section « Hébergement », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 450 \$;

16° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Évènements », du 2 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version 285 par 125 pixels, la tarification pour un membre est de 350 \$;

17° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Évènements » d'une photo et d'un court texte, du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 450 \$;

18° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une bannière publicitaire, lorsqu'il s'agit de la version 285 par 125 pixels dans la section « Restaurants », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 255 \$;

19° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Restaurants » d'une photo et d'un court texte, du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 400 \$;

20° 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 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 300 \$;

21° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une photo et un court texte dans la page d'accueil (moteurs

spécialisés), section « Activités et attraits », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 525 \$;

22° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, lorsqu'il s'agit de la version 285 par 125 pixels, dans la section « Boutiques », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 255 \$;

23° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une photo et un court texte dans la section « Boutiques », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 400 \$;

24° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une photo et un court texte dans la section « Photos et vidéos », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 500 \$;

25° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle soit une photo et un court texte dans la section « Québec et la région », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 325 \$;

26° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle soit une photo et un court texte dans la section « Je suis... », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 230 \$;

27° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle soit une photo et un court texte dans la section « Autres inspirations », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 325 \$;

28° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, version 435 par 95 pixels dans la section « Nouvelles opportunités : Expérience, Je suis et autres inspirations », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 300 \$;

29° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une photo et un court texte dans la section « Nouvelles opportunités » d'une photo et d'un court texte, du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 325 \$;

30° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire dans la section « Accueil », du 1^{er} octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 300 par 250 pixels, la tarification pour un membre est de 1 500 \$;

31° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, publicité rédactionnelle, soit une photo et un court texte dans la

section « Vivez l'expérience », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 265 \$;

32° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Hébergement », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 255 \$;

33° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une photo et un court texte dans la section « Hébergement », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 450 \$;

34° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Évènements », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 350 \$;

35° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, soit une photo et un court texte dans la section « Évènements », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 450 \$;

36° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Restaurants », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 255 \$;

37° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Restaurants » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 400 \$;

38° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Activités et attraits », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 300 \$;

39° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Activités et attraits » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 525 \$;

40° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Boutiques », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 255 \$;

41° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Boutiques » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 400 \$;

42° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Photos et vidéos » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 500 \$;

43° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Québec et la région », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 300 \$;

44° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Québec et la région » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 325 \$;

45° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans les sections « Je suis un amateur d'art » et « Je suis un habitué » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 220 \$;

46° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans les sections « Je suis... » autres que celles du paragraphe 45° d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 230 \$;

47° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Thématiques » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 325 \$;

48° pour une bannière publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans les sections « Expérience » et « Thématiques », du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 300 \$;

49° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la section « Activités et attraits » d'une photo et d'un court texte, du 1^{er} octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 400 \$;

50° pour un lien hypertexte lorsqu'il s'agit de la création d'un lien entre le nom d'un membre dans une liste produite à la suite d'une recherche et la page web, la tarification pour un membre est de 105 \$;

51° pour le placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'affaires, lorsque :

a) il s'agit de l'option de base, lorsque :

i. il s'agit d'un hôtelier membre pour une à 100 chambres, la tarification est de 6 500 \$;

ii. il s'agit d'un hôtelier membre pour 101 à 250 chambres, la tarification est de 7 500 \$;

iii. il s'agit d'un hôtelier membre pour 251 chambres et plus, la tarification est de 8 500 \$;

iv. il s'agit d'une entreprise membre de salles de réunions et de banquets, la tarification est de 4 000 \$;

v. il s'agit du Centre des congrès de Québec, la tarification est de 60 000 \$;

vi. il s'agit du Centre de foires de Québec, la tarification est de 12 000 \$;

vii. il s'agit d'un transporteur membre, la tarification est de 10 000 \$;

viii. il s'agit d'un organisateur professionnel de congrès membre et d'une agence de tourisme réceptif membre, la tarification est de 1 500 \$;

ix. il s'agit d'une entreprise membre fournissant des services aux congrès et à l'industrie, la tarification est de 1 500 \$;

b) pour l'envoi d'email blast aux abonnés de M&IT lors de la campagne de mars ou de septembre, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 500 \$ par campagne;

c) pour l'achat d'une double page en porte de grange dans le magazine CM&E de janvier-février, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 3 500 \$;

d) pour l'achat d'une double page pour cinq parutions dans le magazine CM&E, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 750 \$ par parution;

e) pour l'achat de la double page centrale dans le magazine CM&E de janvier-février-mars, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 500 \$;

f) pour l'achat de la double page centrale dans le magazine CM&E de juillet-août-septembre, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 500 \$;

g) pour l'achat de Gatefold 6 pages dans le magazine CM&E, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 000 \$;

h) pour l'achat d'un encart de huit pages dans Destination Québec/atlantique du magazine CM&E, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 000 \$;

i) pour l'achat de dix présences dans l'infolettre du magazine CM&E, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 250 \$;

j) pour l'achat d'un envoi dirigé vers les partenaires de l'Office, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 1 500 \$;

k) pour l'achat d'une couverture en porte de grange dans le magazine Ignite, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 3 500 \$;

l) pour l'achat d'un encart de huit pages dans le magazine Ignite, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 500 \$;

m) pour l'achat d'un huitième de page dans le magazine Ignite, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 750 \$ par parution;

n) pour l'achat d'un encart de douze pages sur Québec dans le magazine Ignite, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 750 \$;

o) pour l'envoi d'un email blast coop de mars pour le marché intra-Québec, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 325 \$;

p) pour l'achat de Gatefold trois pages dans le Guide annuel réunions et congrès de La Presse, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 500 \$;

q) pour l'achat d'un encart de huit pages dans Le Planificateur du printemps ou de l'automne, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 500 \$ chacun;

r) pour l'achat d'une demi-double page dans le journal Les Affaires à l'hiver ou à l'automne, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 2 000 \$;

s) pour l'envoi d'un email blast coop en mars sur le marché canadien, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 500 \$;

t) pour l'achat d'une double page dans Le Source Guide Magazine, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 500 \$;

u) pour l'achat d'une double page dans Le Supplément Québec/Atlantic, pour un partenaire de la campagne Affaires 2013 ayant acheté l'option de base visée au sous-paragraphe *a)*, la tarification est de 500 \$ par parution;

52° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Hôteliers, marché du Canada anglais, lorsque :

a) il s'agit d'un placement publicitaire sous les bannières RTB, pour un hôtelier membre, la tarification est de 800 \$;

b) il s'agit d'un encart publicitaire d'une page dans le journal Toronto Star, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

c) il s'agit d'un encart publicitaire de seize pages, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 000 \$;

53° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été, marché du Canada anglais, lorsque :

a) il s'agit d'un placement publicitaire dans l'encart de 16 pages « Attraites et événements », pour un membre, la tarification est de 8 000 \$;

b) il s'agit d'un placement publicitaire dans le journal Toronto Star, pour un partenaire membre, la tarification est de 2 000 \$;

54° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Hôtelier, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'un placement publicitaire dans les bannières RTB, pour un hôtelier membre, la tarification est de 800 \$;

b) il s'agit d'un placement publicitaire promotion Astral, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 000 \$;

c) il s'agit d'un placement publicitaire dans la brochure plein air cahier de 12 pages, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 200 \$;

d) il s'agit d'un encart dans le journal La Presse, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 250 \$;

55° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'un placement publicitaire dans le cahier de 4 pages du journal La Presse, pour un membre, la tarification est de 2 500 \$;

b) il s'agit d'un encart d'un tiers de page dans le journal La Presse, pour un membre, la tarification est de 1 500 \$;

c) il s'agit d'un placement publicitaire dans la brochure plein air, cahier de 12 pages, pour un membre, la tarification est de 2 700 \$;

d) il s'agit d'un placement publicitaire dans le magazine Découvertes, pour un membre, la tarification est de 650 \$;

e) il s'agit d'un placement publicitaire, promotion de Astral, pour un membre, la tarification est de 3 000 \$;

56° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Hôteliers, marché des États-Unis, lorsque :

a) il s'agit d'un encart de quatre pages dans le Gatefold Magazine, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 000 \$;

b) il s'agit d'un placement publicitaire dans les bannières RTB, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

c) il s'agit d'un placement publicitaire dans l'encart double-page de quatre magazines, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 500 \$;

d) il s'agit d'un placement publicitaire soit trois parutions dans le New York Times, pour un hôtelier membre, la tarification est de 2 500 \$;

57° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Partenaires majeurs, marché des États-Unis, lorsque :

a) il s'agit d'un encart de quatre pages dans le Gatefold Magazine, pour un membre, la tarification est de 7 000 \$;

b) il s'agit d'un placement publicitaire, double-page dans quatre magazines, pour un membre, la tarification est de 8 000 \$;

c) il s'agit d'un placement publicitaire, soit trois parutions dans le New York Times, pour un membre, la tarification est de 5 000 \$;

58° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Hôteliers, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'un placement publicitaire dans les bannières Web « Idées de sorties », pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

b) il s'agit d'un placement publicitaire dans La Presse, pour un membre, la tarification est de 1 000 \$;

c) il s'agit de la promotion télé Astral, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 500 \$;

d) il s'agit du magazine Géo Plein Air, pour un hôtelier membre, la tarification est de 750 \$;

e) il s'agit du magazine Espaces, pour un hôtelier membre, la tarification est de 750 \$;

f) il s'agit du magazine Découvertes, pour un hôtelier membre, la tarification est de 500 \$;

g) il s'agit du magazine Motoneige, pour un hôtelier membre, la tarification est de 500 \$;

h) il s'agit des bannières RTB, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

i) il s'agit d'une magazine Ski Presse, pour un hôtelier membre, la tarification est de 750 \$;

59° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Hôteliers, marché du Canada, lorsque :

a) il s'agit d'une pleine page dans le magazine Quebec City and area, pour un hôtelier membre, la tarification est de 4 000 \$;

b) il s'agit d'une demi-page dans le magazine Quebec City and area, pour un hôtelier membre, la tarification est de 2 000 \$;

c) il s'agit d'un placement publicitaire dans le magazine Quebec City and area, section « Hébergement », pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 500 \$;

d) il s'agit d'un placement publicitaire dans le magazine Quebec City and area, section « Restaurants », pour un hôtelier membre, la tarification est de 500 \$;

e) il s'agit du magazine Ski Presse, pour un hôtelier membre, la tarification est de 500 \$;

f) il s'agit du magazine Ski Canada, pour un hôtelier membre, la tarification est de 750 \$;

g) il s'agit du magazine Adventura, pour un hôtelier membre, la tarification est de 750 \$;

h) il s'agit des bannières RTB, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 200 \$;

60° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Attraites et événements, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit des bannières web « Idées de sorties », pour un membre, la tarification est de 1 500 \$;

b) il s'agit d'affichage extérieur, pour un membre, la tarification est de 4 000 \$;

c) il s'agit d'affichage numérique, pour un membre, la tarification est de 2 600 \$;

d) il s'agit du journal La Presse, pour un membre, la tarification est de 1 500 \$;

e) il s'agit du magazine Ski Presse, pour un membre, la tarification est de 1 250 \$;

f) il s'agit du magazine Géo Plein Air, pour un membre, la tarification est de 900 \$;

g) il s'agit du magazine Espaces, pour un membre, la tarification est de 900 \$;

h) il s'agit du magazine Découvertes, pour un membre, la tarification est de 900 \$;

i) il s'agit de la promotion télé Astral, pour un membre, la tarification est de 3 500 \$;

j) il s'agit du magazine Motoneige, pour un membre, la tarification est de 900 \$;

k) il s'agit des bannières RTB, pour un membre, la tarification est de 1 000 \$;

61° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Attraits et évènements, marché du Canada, lorsque :

a) il s'agit d'une pleine page dans le magazine Quebec City and area, pour un membre, la tarification est de 4 000 \$;

b) il s'agit d'une demi-page dans le magazine Quebec City and area, pour un membre, la tarification est de 2 000 \$;

c) il s'agit du magazine Ski Presse, pour un membre, la tarification est de 1 200 \$;

d) il s'agit du magazine Ski Canada, pour un membre, la tarification est de 1 200 \$;

e) il s'agit du magazine Adventura, pour un membre, la tarification est de 900 \$;

f) il s'agit des bannières RTB, pour un membre, la tarification est de 1 200 \$;

62° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Attraits et événements, marché des États-Unis, lorsque :

a) il s'agit de Epub vidéo et bannières, pour un membre, la tarification est de 4 000 \$;

b) il s'agit de bannières reciblages, pour un membre, la tarification est de 1 500 \$;

c) il s'agit des bannières RTB, pour un membre, la tarification est de 1 200 \$.

Lorsque l'Office du tourisme de Québec, offre en vente une prestation touristique offerte par un de ses membres, la tarification applicable a 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 a 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 % a l'égard des membres de la région touristique de Charlevoix et de ceux de la région touristique de Chaudière-Appalaches.

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 la tarification applicable à l'adhésion ainsi qu'à la fourniture de services de l'Office du tourisme de Québec afin d'édicter la tarification pour certains services offerts par l'Office du tourisme de Québec à ses membres et aux autres clients.

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