



---

# VILLE DE QUÉBEC

Agglomération de Québec

---

RÈGLEMENT R.A.V.Q. 781

**RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE  
L'AGGLOMÉRATION SUR LA TARIFICATION APPLICABLE  
AUX MEMBRES POUR L'ADHÉSION À L'OFFICE DU  
TOURISME DE QUÉBEC POUR LA PÉRIODE DU 1ER OCTOBRE  
2012 AU 30 SEPTEMBRE 2013 RELATIVEMENT AUX SERVICES  
OFFERTS AUX MEMBRES ET AUX AUTRES CLIENTS**

---

**Avis de motion donné le 22 janvier 2013  
Adopté le 5 février 2013  
En vigueur le 8 février 2013**

---

## **NOTES EXPLICATIVES**

*Ce règlement modifie le Règlement de l'agglomération sur la tarification applicable aux membres pour l'adhésion à l'Office du tourisme de Québec pour la période du 1er octobre 2012 au 30 septembre 2013 afin d'édicter la nouvelle tarification applicable aux services offerts par l'Office du tourisme de Québec.*

*Ce règlement remplace le titre du Règlement R.A.V.Q. 769.*

## **RÈGLEMENT R.A.V.Q. 781**

### **RÈGLEMENT MODIFIANT LE RÈGLEMENT DE L'AGGLOMÉRATION SUR LA TARIFICATION APPLICABLE AUX MEMBRES POUR L'ADHÉSION À L'OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC POUR LA PÉRIODE DU 1ER OCTOBRE 2012 AU 30 SEPTEMBRE 2013 RELATIVEMENT AUX SERVICES OFFERTS AUX MEMBRES ET AUX AUTRES CLIENTS**

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

1. Le titre du *Règlement de l'agglomération sur la tarification applicable aux membres pour l'adhésion à l'Office du tourisme de Québec pour la période du 1<sup>er</sup> octobre 2012 au 30 septembre 2013*, R.A.V.Q. 769, est remplacé par ce qui suit :

« 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 ».

2. Ce règlement est modifié par l'insertion, avant l'article 1, de ce qui suit :

#### **« CHAPITRE I**

« TARIFICATION RELATIVE À L'ADHÉSION À L'OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC ».

3. Ce règlement est modifié par l'insertion, après l'article 1, de ce qui suit :

#### **« CHAPITRE II**

« TARIFICATION RELATIVE AUX SERVICES OFFERTS PAR L'OFFICE DU TOURISME DE QUÉBEC

« **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 1er 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 1er novembre au 31 mars, 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 \$;

*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 1er 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 1er novembre au 31 mars, lorsque :

- i.* il s'agit d'un membre, la tarification est de 198,75 \$;
- ii.* il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 238,50 \$;

*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 175 \$;
- ii.* il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 210 \$;

*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 238,75 \$;
- ii.* il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 286,50 \$;

*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 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 d'une épinglette Porte Saint-Louis, la tarification pour tous est de 3,26 \$ chacune;
- c)* il s'agit de la carte occasionnelle d'autobus de deux passages, la tarification pour tous est de 5,30 \$ chacune;
- d)* il s'agit de la passe journalière autobus, la tarification pour tous est de 7 \$;
- 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 5,44 \$ chacune;
- g)* 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;

*h)* il s'agit de la carte routière Le Québec officiel 2012, lorsque :

i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 3,69 \$ chacune;

ii. il s'agit d'un partenaire, la tarification est de 2,77 \$ chacune;

*i)* il s'agit de l'Official Road Map Quebec 2012, lorsque :

i. il s'agit d'un non-partenaire, la tarification est de 3,69 \$ 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 Quebec City, la tarification pour tous est de 20 \$ 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 2013-2014, en noir et blanc, lorsque :

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 4 181 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 5 227 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 628 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 285 \$;



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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 885 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 357 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 635 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 043 \$;

9° pour l'achat d'une publicité dans le Guide touristique 2013-2014 en quatre couleurs, lorsque :

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 12 101 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 15 126 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 9 577 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 11 971 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 8 815 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 11 019 \$;

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 7 268 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 9 085 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 576 \$;
- ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 6 970 \$;

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

- i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 3 504 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 4 380 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 514 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 3 143 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 2 179 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 724 \$;

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 1 054 \$;

10° pour l'achat d'une publicité dans le Guide d'hébergement 2013-2014 en quatre couleurs, lorsque :

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 865 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 7 331 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 566 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 6 957 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 5 114 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 6 392 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 4 037 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 5 046 \$;

e) il s'agit d'une demi-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 3 178 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 167 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 458 \$;

11° pour l'achat d'une publicité dans la carte des parcours cyclables de la région de Québec 2012-2013 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 1 888 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 2 362 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 1 529 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 1 915 \$;

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 1 239 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 510 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 635 \$;

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 270 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 335 \$;

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

i. il s'agit d'un membre, la tarification est de 179 \$;

ii. il s'agit d'un non-membre, la tarification est de 221 \$;

11.1° 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 \$;

12° pour l'achat d'une publicité dans le Carnet moto 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 \$;

13° pour l'achat d'une publicité dans la carte des sentiers de motoneige 2012-2014 et dans [lesitedestinationmotoneige.com](http://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 \$;

14° 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 d'un espace de trois pouces par un pouce, lorsque :

- i. il s'agit d'une église à potentiel touristique, la tarification est de 0 \$;
- ii. il s'agit d'une autre personne ou groupe visé au sous-paragraphe i), la tarification est de 300 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 300 par 250 pixels, la tarification pour un membre est de 1 400 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, 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 page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Hébergement », du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 450 \$;

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 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 400 \$;

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 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 525 \$;

21.1° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés) section « Évènements » du 2 avril au 30 septembre, la tarification pour un membre est de 365 \$;

21.2° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés) section « Photos et vidéos » du 2 avril 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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 285 à 125 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

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 « Évènements », du 2 avril au 30 septembre,

lorsqu'il s'agit de la version de 285 par 125 pixels, la tarification pour un membre est de 255 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 265 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 225 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 275 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 285 \$;

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 avril au 30 septembre, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 290 \$;

31° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, bannière publicitaire rotative dans la section « Accueil », du 1<sup>er</sup> 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 \$;

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 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 450 \$;

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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 400 \$;

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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 525 \$;

35.1° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Évènements », du 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 400 \$;

35.2° pour le placement publicitaire sur le site Internet de l'Office du tourisme de Québec, dans la page d'accueil (moteurs spécialisés), section « Photos et vidéos », du 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, la tarification pour un membre est de 500 \$;

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 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> 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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 435 par 95 pixels, la tarification pour un membre est de 260 \$;

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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit de la version de 285 à 125 pixels, la tarification pour un membre est de 300 \$;

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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 265 \$;

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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 230 \$;



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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 325 \$;

43° 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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 290 \$;

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 1<sup>er</sup> octobre au 31 mars, lorsqu'il s'agit d'un membre, la tarification est de 325 \$;

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 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 et 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'une double 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;

47° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Hôteliers, marché du Canada anglais, lorsque :

*a)* il s'agit d'un encart publicitaire d'une page dans le journal Ottawa Citizen et de deux pages dans le journal Toronto Star, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

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

c) il s'agit d'un encart publicitaire dans le Canadian Living, Food and Drink et le magazine Châtelaine, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 000 \$;

48° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Partenaires majeurs, marché du Canada anglais, lorsque :

a) il s'agit d'un encart d'une page dans le journal Ottawa Citizen et de deux pages dans le journal Toronto Star, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

b) il s'agit d'un encart d'une page dans le journal Le Droit et de deux pages dans le journal Toronto Star, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

c) il s'agit d'un encart dans le Canadian Living, le Food and Drink et le magazine Châtelaine, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 8 000 \$;

d) il s'agit de l'achat de trois colonnes sur Bank Street à Ottawa pour la période du 28 mai au 24 juin ou du 25 juin au 22 juillet, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 900 \$;

e) il s'agit de l'achat de cinq colonnes sur Bank Street à Ottawa pour la période du 14 au 27 mai, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 750 \$;

f) il s'agit de l'achat de six colonnes sur Bank Street à Ottawa pour la période du 28 mai au 27 juin, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 1 800 \$;

g) il s'agit d'une murale dans le métro de Toronto, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 250 \$;

49° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Hôteliers, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'un encart dans le Journal de Montréal, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

b) il s'agit d'un encart dans le magazine Découverte, pour un hôtelier membre, la tarification est de 350 \$;

c) il s'agit d'un encart dans les magazines Coup de pouce et Châtelaine, pour un hôtelier membre, la tarification est de 2 100 \$;

d) il s'agit d'un encart dans le journal La Presse, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

e) il s'agit d'un encart dans le Journal 24 Heures, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

50° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Partenaires majeurs, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'une campagne radio d'une période de deux semaines, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 5 000 \$;

b) il s'agit d'un encart dans les magazines Coup de pouce et Châtelaine, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 6 500 \$;

c) il s'agit d'un encart dans Espace Vélo Mag, Géo Plein Air et Marche-Randonnée, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

d) il s'agit d'un encart dans le journal La Presse, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

e) il s'agit d'un encart dans le Journal de Montréal, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

f) il s'agit d'un encart dans le magazine Découverte, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 750 \$;

g) il s'agit d'un affichage dans le Corridor de Gauchetière, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 500 \$;

51° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Hôteliers, marché des États-Unis, lorsqu'il s'agit d'un encart de quatre pages dans le Gatefold Magazine, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 000 \$;

52° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément été-Partenaires majeurs, marché des États-Unis, lorsqu'il s'agit d'un encart de quatre pages dans le Gatefold Magazine, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 7 500 \$;

53° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Hôteliers, marché Intra-Québec, lorsque :

a) il s'agit d'une brochure de vingt pages, pour un hôtelier membre, la tarification est de 2 100 \$;

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

c) il s'agit du magazine Géo Plein Air, pour un hôtelier membre, la tarification est de 350 \$;

*d)* il s'agit du magazine Espaces, pour un hôtelier membre, la tarification est de 350 \$;

*e)* il s'agit du magazine Découverte, pour un hôtelier membre, la tarification est de 350 \$;

*f)* il s'agit du magazine Motoneige, pour un hôtelier membre, la tarification est de 350 \$;

*g)* il s'agit du journal La Presse, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

*h)* il s'agit du Journal de Montréal, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

54° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Hôteliers, marché du Canada, lorsque :

*a)* il s'agit de la brochure de douze pages, pour un hôtelier membre, la tarification est de 3 000 \$;

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

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

*d)* il s'agit du magazine Adventure, pour un hôtelier membre, la tarification est de 300 \$;

*e)* il s'agit du journal Toronto Star, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 000 \$;

*f)* il s'agit du journal Ottawa Citizen, pour un hôtelier membre, la tarification est de 750 \$;

*g)* il s'agit du journal Le Droit, pour un hôtelier membre, la tarification est de 300 \$;

55° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Hôteliers, marché des États-Unis, lorsqu'il s'agit d'un encart dans Gatefold Magazine, pour un hôtelier membre, la tarification est de 1 500 \$;

56° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Partenaires majeurs, marché Intra-Québec, lorsque :

*a)* il s'agit de la brochure de vingt pages, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 6 000 \$;

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

*c)* il s'agit du magazine Géo Plein Air, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 750 \$;

*d)* il s'agit du magazine Espaces, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 750 \$;

*e)* il s'agit du magazine Découvertes, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 750 \$;

*f)* il s'agit du journal La Presse, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

*g)* il s'agit du Journal de Montréal, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

*h)* il s'agit de trois super panneaux, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 3 500 \$;

*i)* il s'agit du Méga-lumineux sur le corridor La Gauchetière, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 600 \$;

*j)* il s'agit de l'émission l'Aventurier alpin, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 500 \$;

57° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Partenaires majeurs, marché du Canada, lorsque :

*a)* il s'agit de la brochure de douze pages, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 8 000 \$;

*b)* il s'agit du magazine Ski Presse, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 1 000 \$;

*c)* il s'agit du magazine Ski Canada, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 1 500 \$;

*d)* il s'agit du magazine Adventure, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 500 \$;

*e)* il s'agit du journal Toronto Star, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 2 000 \$;

*f)* il s'agit du journal Ottawa Citizen, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 1 000 \$;

g) il s'agit du journal Le Droit, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 500 \$;

h) il s'agit de quatre super panneaux, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 3 000 \$;

i) il s'agit de Tandem interactif, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 1 900 \$;

58° pour un placement publicitaire dans la campagne Tourisme d'agrément hiver-Partenaires majeurs, marché des États-Unis, lorsque :

a) il s'agit de l'encart Gatefold, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 3 000 \$;

b) il s'agit de Tandem interactif, pour un partenaire majeur membre, la tarification est de 1 900 \$.

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 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.

### « CHAPITRE III

#### « DISPOSITIONS MODIFICATRICES

« **1.2.** Le présent règlement remplace toute tarification portant sur le même objet contenu au *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.



« **1.3.** Toute référence dans un règlement ou une entente à une disposition du *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, constitue une référence à une disposition traitant du même objet du présent règlement.

« **1.4.** L'article 44 du *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.A.V.Q. 767, est abrogé.

« **CHAPITRE IV**

« DISPOSITION FINALE ».

**4.** 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 aux membres pour l'adhésion à l'Office du tourisme de Québec pour la période du 1er octobre 2012 au 30 septembre 2013 afin d'édicter la nouvelle tarification applicable aux services offerts par l'Office du tourisme de Québec.*

*Ce règlement remplace le titre du Règlement R.A.V.Q. 769.*

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