

POL 30-01
Politique de gestion des salles
Direction développement des affaires

En vigueur : 1985-08-01	Approbation :
Révisé le : 2000-02-23	

Table des matières

1.	INTRODUCTION	4
1.1	Objectifs	4
1.2	Politique générale.....	4
1.3	Événement	5
2.	GESTION DES VENTES	7
2.1	Principes de gestion	7
2.2	Procédures et méthodes	8
2.3	Documents et formulaires	9
3.	GESTION DU CALENDRIER	9
3.1	Principes de gestion	9
3.2	Procédures et méthodes	9
3.3	Formulaires et rapports	10
4.	GESTION DES CONTRATS	10
4.1	Principes de gestion	10
4.2	Procédures et méthodes	10
4.3	Dérogations de loyer	12
5.	GESTION DES ÉVÉNEMENTS	12
5.1	Principes de gestion	12
5.2	Procédures et méthodes	13
6.	POLITIQUES ADMINISTRATIVES	13
6.1	Politique concernant les catégories d'événements	13
6.2	Politique concernant les tarifs de location	14
6.3	Politique de location à des organismes gouvernementaux	16
6.4	Politique de location à la Chambre de commerce de Montréal ou du Québec.....	17
6.5	Politique de location à des fondations (Levées de fonds, fins humanitaires)	17
6.6	Politique de location aux fournisseurs officiels ou exclusif	17
6.7	Politique relative aux soirées dansantes et aux célébrations diverses ...	17
6.8	Politique concernant la signature du contrat et les modalités de paiement	18
6.9	Politique concernant les services	19



6.10	Politique de location à des fins de tournage ou de photographie	21
6.11	Politique concernant la billetterie.....	21
7.	ANNEXES.....	24



1. INTRODUCTION

1.1 Objectifs

Les objectifs des présentes politiques sont de préciser et de faire connaître:

- les principes de gestion pour la location de salles au Palais des Congrès de Montréal;
- les activités qui relèvent de chacune des unités administratives impliquées dans le processus de location de salles au Palais des Congrès de Montréal;
- la tarification des salles du Palais des Congrès de Montréal.

1.2 Politique générale

La mission de la Société est d'attirer au Palais des Congrès de Montréal des congressistes provenant de l'étranger et du reste du Canada dans le but de générer des retombées économiques pour le Québec et la région de Montréal en particulier.

Le président-directeur général, le directeur des Services financiers et de l'administration et le chef aux Approvisionnements et contrats peuvent fournir les interprétations requises pour les différentes politiques relatives à la location de salles.


Les délégués commerciaux ou les chargés d'événements négocient la réservation des salles selon les grilles tarifaires en vigueur. Toute gratuité, dérogation, tout traitement spécial doit faire l'objet d'une autorisation écrite et préalable à tout engagement final avec le client, selon la grille de dérogation suivante:

<u>Montant de la dérogation</u>	<u>Autorisation requise</u>
0 \$ à 5 000 \$	Directeur des Ventes et du marketing
5 000 \$ et plus	Directeur des Ventes et du marketing et Président-directeur général

Toute dérogation à l'égard des services relevant d'autres directions devra obtenir l'approbation du gestionnaire concerné.

Seuls le "contrat de location" et le "bon de travail" engagent la Société envers le client relativement à la location de salles.

Le chef aux Approvisionnements et contrats négocie les termes du contrat de location avec le client.



Toutes les unités administratives de la Société doivent se référer en tout temps aux présentes politiques et faire en sorte qu'elles soient appliquées et respectées.

Les tarifs de location de salles et les services inclus dans le tarif de base sont révisés périodiquement et peuvent être modifiés sans préavis.

1.3 Événement

DÉFINITIONS ET CATÉGORIES


Congrès avec exposition (41): Rencontre d'un groupe de personnes, généralement membres d'une association, se réunissant pour la discussion, l'étude et la recherche concernant des sujets d'intérêt commun, jumelée à une activité annexe nécessitant la location d'espaces pour la tenue d'une exposition illustrant les thèmes du congrès.

Congrès (31): Rencontre d'un groupe de personnes, généralement membres d'une association, se réunissant pour la discussion, l'étude et la recherche concernant des sujets d'intérêt commun. On parle aussi d'assemblées, colloques, conférences, forums, symposiums.

Exposition commerciale (51): Activité organisée par un promoteur ou association qui loue des espaces à des exposants dans le but de promouvoir, sensibiliser ou informer une clientèle cible sur des produits et services à l'intérieur du périmètre de l'industrie.

Réunion d'entreprise "corporate" (11): Réunion d'individus oeuvrant au sein d'une entreprise pour traiter de questions internes d'organisation, de production et de vente, pour comparer les résultats obtenus, pour étudier des nouvelles méthodes ou stimuler la contribution de chacun au progrès de la firme. Cet événement devrait durer au minimum trois jours. Cette catégorie s'applique aux événements de taille et de durée comparables à celles des événements des catégories 31 et 41.

Exposition commerciale et publique (61): Activité organisée par un promoteur ou une association qui loue des espaces à des exposants dans le but de promouvoir, sensibiliser ou informer les intervenants d'une profession sur des produits et services connexes à ladite profession. Cette activité peut être ouverte au public en général.



Réunion (21): Rassemblement, habituellement pour une seule journée, maximum deux jours, d'un groupe restreint de personnes ou réunion restreinte des membres d'une organisation pour traiter d'un sujet commun. Cette catégorie comprend les conférences de presse et peut comprendre les conférences de toutes sortes, assemblées, colloques, forums, symposiums, séminaires d'envergure restreinte quant à la durée et au nombre de participants.

Exposition publique (71): Activité organisée par un promoteur qui loue des espaces à des exposants dans le but de promouvoir, de sensibiliser ou d'informer le grand public quant à certains produits et services et pour laquelle des droits d'entrée sont généralement exigés.

Événements spéciaux (banquets, galas, spectacles, etc.) (81): Activité organisée dans le but de servir un grand repas, d'offrir une fête, de récompenser des talents ou de remettre des diplômes, de tenir une présentation ou de faire une représentation artistique, sportive ou sociale et pour laquelle des droits d'entrée peuvent être exigés.

Réunion interne (91): Rencontre convoquée par la Société dans un but de promotion, d'information ou de formation.

ENVERGURE

Internationale (I): La majorité des participants proviennent de l'extérieur de l'Amérique du Nord. Requiers la location de chambres d'hôtel.

Américaine (A): La majorité des participants proviennent des États-Unis. Requiers la location de chambres d'hôtel.

Canadienne (C): La majorité des participants proviennent de l'ensemble du Canada. Requiers la location de chambres d'hôtel.

Québécoise (Q): La majorité des participants proviennent de la province de Québec. Requiers un certain nombre de chambres d'hôtel.

Montréalaise (M): La majorité des participants proviennent de la région de Montréal. Requiert peu ou pas de chambres d'hôtel.

ÉTAPE

1 Au calendrier: Des dates ont été réservées au calendrier.

2 Fermeté d'intention du client: En attente de confirmation.



3 Engagement écrit du client: Confirmation écrite du client et/ou dépôt de réservation.

4 Approbation de projet signé: Le dossier contient toute la documentation nécessaire pour amorcer le processus contractuel.

5 Contrat signé: Le client et la Société ont signé l'entente contractuelle.

6 Événement terminé: Résultats réels transmis à l'interne et à Tourisme Montréal.

7 Annulé: L'événement a été annulé par le client ou par la Société

2. GESTION DES VENTES

2.1 Principes de gestion

Un plan de vente annuel établi par la direction des Ventes et du marketing en fonction du plan quinquennal de marketing fixe les objectifs de vente des délégués pour leur marché respectif. Les principes de gestion de la direction des ventes reposent sur:

- l'identification et la définition des marchés cibles;
- l'élaboration d'un plan de prospection sur une période de cinq (5) ans;
- l'attribution des marchés;
- la mise en place de plans de sollicitation et de promotion;
- l'analyse de la concurrence;
- la présentation d'une offre de services de qualité;
- une négociation déterminante après une visite des lieux.

Les priorités de réservations sont:

- 1 Événements qui génèrent des retombées économiques majeures.
- 2 Expositions commerciales, professionnelles ou publiques.
- 3 Événements locaux.



2.2 Procédures et méthodes

Conformément au plan de marketing, le service de la recherche établit une liste d'associations susceptibles de tenir leurs assises au Palais. Une analyse approfondie permet à la direction des ventes d'élaborer son plan de prospection.

Marché des événements locaux: réunions, événements spéciaux, demandes spontanées : Le plan de prospection peut révéler des disponibilités de dates créant la nécessité d'une intervention stratégique afin de les combler. Ce marché répond à des demandes ponctuelles, reçues par téléphone en grande majorité.

Marché associatif et corporatif québécois : Ce marché peut répondre à des demandes spontanées, mais il répond surtout aux besoins d'une clientèle régulière et les contacts se font par télécommunication ou en personne, habituellement dans les bureaux du Palais.

Marché des expositions commerciales, professionnelles et publiques : Ce marché répond tant à des demandes spontanées qu'à celles d'une clientèle régulière. Le démarchage se fait principalement auprès de firmes ou d'organismes dont le siège social est dans la région de Montréal ou de Toronto, mais aussi ailleurs au Canada aux États-Unis et en Europe.

Marché américain : Le démarchage auprès des associations américaines, depuis Montréal et le bureau de Washington, découle d'un plan de prospection revu mensuellement. Selon un programme de promotion, des missions de sollicitation sont organisées lors d'une participation à des congrès ou lors de la présence des délégués aux bourses "market place". Les efforts de sollicitation sont appuyés par un document écrit détaillant l'offre de service et par des documents vidéo.

Marché canadien : Le démarchage des associations canadiennes se fait de façon analogue par un délégué basé à Ottawa.

Marché international : Le démarchage émane du plan de prospection qui est revu mensuellement. Des missions de sollicitation sont organisées et le délégué participe à des congrès où s'effectue un lobbying pressant. La candidature de Montréal est appuyée par un cahier de candidature adapté à l'événement sollicité et par des documents vidéo.

NOTE: Les délégués travaillent en collaboration avec Tourisme Montréal pour le développement et le démarchage des marchés associatifs, américains et international.



2.3 Documents et formulaires

Principaux documents servant à la constitution du dossier, à la transmission d'informations, à la préparation du contrat:

- Documents de confirmation du client (marché international, américain et canadien)
- lettre de confirmation de la Société comportant la mention suivante :

"Veillez noter que la présente ne constitue pas un contrat. Seul un contrat précisant les conditions de location acceptées par les parties concernées et dûment signé par les représentants autorisés de la Société du Palais des congrès de Montréal constituera un document légal liant les parties. "

- transmission d'informations au calendrier
- lettres patentes (nouveau client)
- vérification de crédit (nouveau client)
- demande de réservation
- tableau d'allocation
- approbation de projet d'événement


3. GESTION DU CALENDRIER

3.1 Principes de gestion

La gestion du Calendrier des événements relève de la direction des Ventes et marketing qui assure une vision globale de l'occupation du Palais. Toute réservation doit recevoir l'approbation du technicien au Calendrier avant d'être confirmée au client.

3.2 Procédures et méthodes

- réception des demandes de réservation au calendrier provenant des ventes et des services à la clientèle (par téléphone, formulaire d'informations au calendrier, plan d'allocations final, bon de travail);
- suivi du calendrier (changement de dates, de salles, d'étapes, annulations, etc.);

- 
- entrée d'informations sur l'événement proprement dit (contacts, besoins de l'événement, heures d'ouverture et fermeture, coordonnateur, nombre de participants, etc.);
 - gestion et suivi des conflits;
 - approbation des requêtes et suivi des ajouts de salles provenant des services à la clientèle avant, pendant et après les événements – transmission à la comptabilité;
 - émission de rapports informatisés.

3.3 Formulaires et rapports

Les formulaires suivants sont transmis au (à la) responsable du calendrier:

- transmission d'informations au calendrier
- approbation de projet d'événement

4. GESTION DES CONTRATS

4.1 Principes de gestion

La division des contrats est responsable de la négociation des contrats (à l'exception de la réservation), de la rédaction, de l'émission et de la gestion des contrats de location de salles.


Le chef aux Approvisionnements et contrats est autorisé à conclure les ententes contractuelles en matière de location de salles, conformément aux paramètres prescrits par la présente politique et aux dérogations dûment approuvées par les intervenants autorisés tel que stipulé en page 2 du présent document.

4.2 Procédures et méthodes

Types de contrats :

- Location sans billetterie
- Location avec billetterie
- Location de courte durée

Note : Les contrats sont rédigés en français. Ils peuvent être rédigés dans une autre langue lorsqu'ils sont conclus à l'extérieur du Québec.



Documents nécessaires à la préparation des dossiers contractuels:

- formulaire "Demande de réservation" complété par le client;
- formulaire "Vérification de crédit" complété par le client (nouveau client);
- lettres patentes ou déclaration de raison sociale (nouveau client);
- dépôt de réservation (événements montréalais, québécois et canadiens);
- tableau final d'allocation;
- formulaire "Approbation de projet" avec approbation préalable du Calendrier;
- demande de dérogation dûment approuvée par le directeur des Ventes et du marketing seul et par lui-même ainsi que par le président-directeur général, selon le montant de la dérogation.

Émissions et validation du contrat de location :

Après approbation des tarifs et confirmation de la solvabilité du client, les termes du contrat sont établis. Le contrat est rédigé et expédié en deux (2) exemplaires au client.


Le document contractuel doit être retourné au plus tard trente (30) jours après son expédition. Il est alors signé par le chef aux Approvisionnements et Contrat et par le directeur des Ressources financières et de l'Administration (conformément aux délégations de pouvoirs). Lorsque signé par les deux (2) parties, le dossier franchit l'étape 5. Une copie du document est alors transmise au client.

Après la signature du contrat, tout ajout ou modification au contrat se fera par bon de travail sauf en cas de changement majeur si le client requiert un nouveau contrat.

Procédures d'exception pour les événements spontanés :

Document contractuel:

- Location de courte durée



L'émission d'un tel contrat est justifiée dans le cas d'événements réunissant les conditions suivantes:

- Événement de courte durée, requérant peu de salles, ou de superficie de location, regroupant un nombre généralement restreint de participants;
- Événement se tenant dans un délai maximal d'un (1) an;
- Événements sans billetterie de catégories 21, 81;
- Loyer de base de vingt mille dollars (20 000 \$) ou moins;
- Dérogations tarifaires dûment approuvées.

Il relève du chef aux Approvisionnements et contrats de juger de la pertinence d'utiliser le "Contrat de location de courte durée".

Puisque ces événements sont réservés à court terme, les documents normalement nécessaires à la préparation des dossiers contractuels ne sont pas requis. Le dépôt de réservation n'est demandé que si le temps permet de le recevoir avant l'émission du contrat.

4.3 Dérogations de loyer

La division des contrats émet un (1) rapport mensuel sur les escomptes accordés à la fin de chaque mois et le soumet au président-directeur général. Une copie conforme est transmise au directeur des Ressources financières et de l'Administration et au directeur des Ventes et du marketing.

5. GESTION DES ÉVÉNEMENTS

5.1 Principes de gestion

Les dossiers d'événements sont transférés à la direction des services à la clientèle lorsqu'ils ont franchi l'étape cinq (5), sauf pour la plupart des événements spontanés où cette intervention est requise dès la réservation.



5.2 Procédures et méthodes

Avant le transfert du dossier, le directeur des Services à la clientèle désigne un chargé d'événement qui devient le principal interlocuteur du Palais auprès du client, jusqu'à la fin de l'événement. Le chargé d'événement convoque des réunions de production où les besoins du client sont identifiés. Puis, un scénario est élaboré. Le chargé d'événement fournit au client toute la documentation concernant les services offerts au Palais.

Tout ajout ou échange de salles, jusqu'à six (6) mois de l'événement, est signifié par addenda ou modification du contrat. Par la suite, il est signifié par "Bon de travail" et donne lieu à une requête informatique dont copie est transmise à:

- la division des contrats, à titre de renseignement;
- la direction des services comptables, pour facturation;
- la direction des ventes, à titre de renseignement.

La Société n'accorde aucun remboursement pour des salles relâchées.

6. POLITIQUES ADMINISTRATIVES

6.1 Politique concernant les catégories d'événements

Le Palais des Congrès de Montréal reçoit différents événements tels que définis à l'article 1.3. Cependant, pour fins de gestion et de statistiques, les événements doivent être identifiés selon les catégories et les envergures énumérées ci-après:

<u>Code</u>	<u>Catégorie de l'événement</u>
11	Réunion d'entreprise
21	Réunion
31	Congrès
41	Congrès avec exposition
51	Exposition commerciale
61	Exposition commerciale et publique
71	Exposition publique
81	Événements spéciaux
91	Réunion interne



<u>Code</u>	<u>Envergure de l'événement</u>
I	Internationale
A	Américaine
C	Canadienne
Q	Québécoise
M	Montréalaise

La provenance de la majorité des participants à l'événement détermine l'envergure.

Les critères déterminant la catégorie de l'événement sont :

- la présentation des besoins du client;
- le nombre de nuitées rattachées à l'événement.

6.2 Politique concernant les tarifs de location

Pour l'élaboration des tarifs de salles, les facteurs suivants ont été considérés:

1. Les tarifs de l'industrie.
2. La dimension variable des salles.
3. Le coût des services inclus dans le tarif de base.


Les tarifs sont journaliers et calculés au pied carré brut.

Un escompte est accordé pour la location de salles combinées considérant que les frais fixes sont répartis sur une plus grande superficie louée.

Un escompte de 50 p. cent du loyer de base est accordé pour le montage et le démontage, au pro rata des journées d'activités jusqu'à un maximum de trois (3) jours

Les frais quotidiens d'entreposage d'équipement, avant ou après l'événement, sont de cinquante pourcent (50%) du tarif journalier.

Le client bénéficie d'un montage gratuit par salle, pendant l'événement. Tout montage additionnel est facturé à cinquante pourcent (50%) du tarif journalier. Aucuns frais de montage ne sont exigés pour des fonctions alimentaires.



Un montage style école ou table ronde sans fonction alimentaire entraîne des frais supplémentaires de vingt pourcent (20%) du tarif journalier. Ces frais supplémentaires sont de huit cents dollars (800\$) pour la salle 611.

Pénalités :

Le non-respect du temps fixé pour la sortie entraîne une pénalité de mille dollars (1 000 \$) l'heure sauf dans le cas des réunions (catégorie 21) où la pénalité est égale au tarif journalier des salles non libérées.

ÉVÉNEMENTS OUVERTS AU PUBLIC AVEC DROITS D'ENTRÉE

La Société perçoit des redevances égales à vingt pourcent (20%) des recettes nettes d'entrée, provenant de la vente des billets après déduction des taxes à la consommation dans le cas des expositions publiques. Ces redevances sont de quinze pourcent (15%) dans le cas des spectacles.

FONCTIONS ALIMENTAIRES

Généralités :

Les salles où se tiennent les fonctions alimentaires, dans le cadre d'événements de catégorie 11, 31, 41, 51, 61 et 71 sont offertes gratuitement.

La salle est facturée au tarif en vigueur si une activité se tient simultanément à la fonction alimentaire.

La salle est également facturée au tarif en vigueur lorsqu'une fonction alimentaire et une activité se succèdent dans la même salle, la même journée.

Événements de catégories 21 et 81 :

Afin de favoriser la tenue de fonctions alimentaires au Palais, la salle où la fonction (**repas ou banquet**) se tient, est sans frais si on estime que la valeur de cette fonction générera des redevances égales ou supérieures au loyer de la salle.

Calcul de la valeur minimale de la fonction alimentaire: Pour des redevances de 20% : multiplier le tarif journalier de la salle par 5.

Le loyer de la salle est exigé si on estime que la valeur de la fonction sera en deçà du seuil fixé ou si un dépôt de réservation est nécessaire.

Lorsque la fonction est un cocktail préalable à un banquet, un gala ou un repas et qu'aucune aire publique n'est disponible, la salle où se tient le cocktail est sans frais à condition que les redevances générées représentent soixante pourcent (60%) du tarif journalier de la salle.

Calcul de la valeur minimale de la fonction alimentaire: Pour des redevances de 20%: multiplier le tarif journalier de la salle par 3.

Procédures et méthodes

- Le délégué commercial inscrit au tableau d'allocation une note à savoir que le Locataire devra payer le loyer de la salle où se tient la fonction alimentaire si la valeur de celle-ci n'atteint pas le seuil minimal fixé.
- La division des contrats ajoute une clause particulière au contrat de location.
- La valeur de la fonction alimentaire est confirmée par la facture du concessionnaire alimentaire. Cette confirmation est transmise à la direction des services à la clientèle qui émet un "Bon de travail " soit pour rembourser ou pour facturer le client.
- Les salles additionnelles requises pour l'événement sont facturées au tarif journalier.

6.3 Politique de location à des organismes gouvernementaux

<u>ORGANISME</u>	<u>SALLE</u>	<u>SERVICES</u>	<u>A-V.</u>	<u>AMÉNAGEMENT</u>	
	<u>SIGNALISATION</u>				
<u>ALIMENTAIRES</u>					
Bureau du premier ministre Ministère des Affaires Municipales et de la Métropole	S/F	Sans redevances	Équipement PCM sans frais main-d'oeuvre au coût	Main-d'oeuvre au coût	Tarif régulier
Autres ministères régulier ou organismes et partis politiques	Tarif Tarif régulier	Prix régulier régulier		Tarif régulier	Tarif



6.4 Politique de location à la Chambre de commerce de Montréal ou du Québec

- tenue d'activités (réunions, expositions, etc.): les tarifs réguliers s'appliquent pour la location de salles, les services audiovisuels, les aménagements ou la signalisation.
- Banquets et repas: la salle est sans frais si la valeur de la fonction alimentaire génère des redevances permettant de couvrir 60% du loyer de la salle.

6.5 Politique de location à des fondations (Levées de fonds, fins humanitaires)


- tenue d'activités (réunions, conférences, défilés de mode, etc...): les salles sont à mi-tarif ;
- tenue de banquets, repas: la salle est sans frais si la valeur de la fonction alimentaire génère des redevances permettant de couvrir 50% du loyer de la salle (Calcul de la valeur minimale: pour des redevances de 20%, multiplier le tarif journalier par 2,5) ;
- services alimentaires: escompte de 10% sur le prix de liste. ;
- services audiovisuels, aménagements, signalisation: au tarif régulier.

6.6 Politique de location aux fournisseurs officiels ou exclusifs

Selon les ententes contractuelles: vérifier auprès du service des approvisionnements et contrats.

6.7 Politique relative aux soirées dansantes et aux célébrations diverses

- La réservation demeure provisoire jusqu'à trois (3) mois de l'événement ;
- L'événement doit être le seul à se tenir au Palais à la date réservée ;
- Le responsable de la sécurité doit se renseigner sur les organisateurs de l'événement ;

- 
- Les clauses spéciales suivantes doivent figurer au contrat:
 - Le Locataire doit retenir les services d'une agence de sécurité accréditée par un corps policier;
 - Le Locataire doit s'assurer que les boissons alcoolisées ne sont vendues qu'aux dix-huit (18) ans et plus;
 - Tous les services requis pour l'événement doivent être payés par chèque visé quarante-huit (48) heures avant l'événement.

6.8 Politique concernant la signature du contrat et les modalités de paiement

Événements internationaux et américains

Réservation de dates

- Aucun dépôt de réservation

Signature du bail: au plus tard un (1) an avant l'événement

- 25% du loyer de base à la signature du contrat;
- 25% du loyer de base à mi-chemin entre la date de signature et l'événement;
- le solde du loyer de base est exigible soixante (60) jours avant l'événement;
- le règlement comptable final s'effectue dans les dix (10) jours suivant l'événement.


Tous les autres événements

Réservation de dates

- Dépôt de 10% du loyer de base (événements spontanés: si les délais le permettent)

Signature du bail: au plus tard un (1) an avant l'événement (événements spontanés dans les plus brefs délais)

- 15% du loyer de base devient exigible à la signature du contrat de location;
- 25% du loyer de base à mi-chemin entre la date de signature et l'événement;
- le solde du loyer de base est exigible soixante (60) jours avant l'événement;

- 
- le règlement comptable final s'effectue dans les 10 jours suivant l'événement.

N.B. Aucun dépôt ou paiement n'est remboursé.

6.9 Politique concernant les services

Les services offerts dans un centre de congrès contribuent à en faire la renommée et à satisfaire les exigences des clients.

Ces services sont regroupés sous deux (2) catégories : les services exclusifs et les services de fournisseurs officiels.

Les services exclusifs


Certains services sont dispensés en exclusivité soit par la Société soit par un fournisseur exclusif.

La Société fournit en exclusivité:

- les services électriques, de plomberie et d'air comprimé
- les services d'entretien ménager et de manutention
- les services de sécurité
- les services de vestiaire
- les services de médiatiques
- les services de billetterie
- les services de renseignements
- les services de réservation de tables dans les restaurants, à l'extérieur du Palais

Fournisseur exclusif

Les exclusif qui versent à la Société des redevances sur ses revenus d'exploitation au Palais. Les clients transigent directement avec le fournisseur exclusif et ne peuvent faire intervenir un tiers pour des services alimentaires. Les services alimentaires sont du ressort d'un concessionnaire.



La **nourriture cachère** est également traitée par le fournisseur exclusif dans des locaux réservés à cet effet. Les frais de transport pour la nourriture, la vaisselle et autres ustensiles sont facturés en sus au client.

Dans le cadre de salons ou expositions, les exposants peuvent servir des portions dégustation seulement. Des **portions complètes** peuvent être données ou vendues par les exposants, mais pour consommation à l'extérieur du Palais des Congrès. Elles doivent alors être sous emballage.

Les services de fournisseurs officiels

Les fournisseurs officiels ont un accès privilégié aux clients de la Société et en retour versent à celle-ci des redevances.


La Société accorde le statut de fournisseur officiel pour les services suivants :

- audiovisuel et équipement d'interprétation simultanée
- centre d'affaires
- courtage en douane

Services inclus dans le tarif de base

Les clients n'ont pas à défrayer un certain nombre de services qui sont compris dans le tarif de location de salles:

- service de coordination d'événements
- service de sécurité générale de l'immeuble 24 heures par jour
- entretien ménager régulier dans les aires publiques
- éclairage normal, chauffage et climatisation
- système d'appel public d'urgence
- interphones
- aire permanente d'inscription
- ***un montage gratuit par salle pendant l'événement

- 
- ***aires d'entreposage (salles 100A et B seulement) pour la durée de l'événement
 - ***service d'eau à la table d'honneur (aménagement en style école ou théâtre seulement)
 - ***casse-croûte fixe
 - ***preneur de billets
 - ***service de billetterie
 - ***loges d'artistes (spectacles seulement)

*****Ces services sont restreints à certaines catégories d'événements et figurent aux tableaux de tarifs pertinents.**

NOTE : La Société offre sans frais, lorsqu'ils sont disponibles, des bureaux d'organiseurs aux locataires du niveau congrès. L'ordre de préséance des événements est le suivant : congrès internationaux, américains, canadiens, québécois, événements spontanés.

6.10 Politique de location à des fins de tournage ou de photographie

Les services à la clientèle doivent être consultés pour toute demande d'utilisation de salle, d'aire commune et d'emplacement sur le site du Palais à des fins de tournage ou de photographie afin d'évaluer si les activités en cours permettent de l'accepter.

Ce type d'événement requiert un contrat de location et des preuves d'assurance.


Tarification

Le tarif général des aires communes est de 1 000 \$ par étage (du premier au sixième). Si des salles spécifiques sont requises elles sont facturées au tarif de location en vigueur et il en est de même pour les services demandés.

6.11 Politique concernant la billetterie

Objectif

La présente politique vise à assurer le contrôle de toute émission de titres donnant un droit d'accès aux événements pour lesquels les lieux ont été loués et ce, en vue de garantir :

- 
- a) la perception des redevances dues à la Société, conformément à la politique tarifaire en vigueur;
 - b) le respect des capacités autorisées à l'intérieur des différentes salles de l'édifice selon la politique de la Société et les règlements de la Ville de Montréal.

Portée

La présente politique s'applique à toutes les catégories d'événements ouverts au public pour lesquels des droits et/ou des redevances sont payables à la Société relativement à la vente ou à la prévente de billets.

TITRES D'ACCÈS

Billets à prix régulier

a) billets en roulette

Ce type de billets est généralement identifié au Palais des Congrès de Montréal et le locataire doit acquitter le coût du nombre total de billets utilisés pour l'événement. Toutefois sur demande et pour fin de contrôle d'inventaire, ces billets peuvent être identifiés à l'événement. Dans ce dernier cas, le locataire doit acquitter le coût total des billets imprimés.

Ce type de billets ne peut être utilisé en prévente.

b) billets véritables


Ce titre est identifié à l'événement et comporte toutes les inscriptions requises par les procédures et par les lois. Il peut être imprimé par la Société aux frais du Locataire.

Titres d'accès à prix réduit

a) Coupons d'entrée gratuite

Ces coupons sont imprimés et distribués par le locataire. Ils donnent accès gratuitement aux lieux en échange d'un billet d'entrée.

Sur un nombre de coupons présentés correspondant à 5 p. cent de l'affluence réelle, la Société ne prendra pas de redevance alors que pour les autres coupons, la Société prendra la redevance sur le prix régulier d'entrée.



b) Coupons d'escompte

Ces coupons sont imprimés et distribués par le locataire. Ils donnent droit à un escompte sur le prix d'entrée.

Le prix d'un billet escompté doit se chiffrer au moins à **QUATRE DOLLARS (4,00 \$)**. La redevance payable à la Société sera calculée sur le prix escompté.

Billets de faveur

Le titre identifié à l'événement et imprimé par la Société aux frais du locataire donne à son détenteur le droit d'accéder gratuitement aux lieux. Il porte la mention "Billet de faveur".

Il n'est pas sujet aux redevances à la Société.

La décision d'émettre de tels billets de faveur distribués par le locataire et par la Société pour fins de promotion, de contrats-échanges, de remerciements, etc..., reste à la discrétion du promoteur.

La quantité et la distribution des billets de faveur doivent être conformes aux critères suivants :

Expositions ou salons publics

Locataire: 2 p. cent du nombre de visiteurs jugé raisonnable par la Société. Après l'événement, la Société ajustera à la hausse ou à la baisse, selon l'affluence réelle, les redevances qui lui sont payables.

Société: 10 p. cent du nombre de billets alloués au locataire.

Galas, spectacles, etc...

Locataire: 5 p. cent de la capacité de la salle. Le rapport quantité/valeur de ces billets de faveur, par catégorie, devra être le même que celui des billets mis en vente.

Société: 10 p. cent du nombre de billets alloués au locataire. Le rapport quantité/valeur de ces billets de faveur, par catégorie, devra être le même que celui des billets mis en vente.

Si le locataire requiert un nombre de billets de faveur supérieur à la quantité permise, il devra acquitter la redevance à la Société sur l'excédent des billets perçus aux tourniquets.



Cueillette des billets

La Société se réserve le droit exclusif de recueillir les billets à l'entrée.

Prévente

La Société peut permettre au locataire de retirer des billets de l'inventaire pour fins de prévente. Le locataire devra alors acquitter, au moment du retrait, les redevances payables à la Société et ce, par chèque visé ou en présentant une lettre de garantie bancaire valide jusqu'à trente (30) jours après l'événement.

Les billets retirés à l'inventaire et non vendus devront être retournés à la Société au plus tard trois (3) jours ouvrables après l'événement. La Société remettra au locataire les sommes perçues en trop à titre de redevances sur ces billets invendus.

Échange ou remboursement

Aucun échange ou remboursement ne sera consenti aux détenteurs de billets sauf en cas de non présentation de l'événement.

Les dispositions des articles 42 et 45 de l'Annexe "D" du contrat de location s'appliquent en cas d'annulation de l'événement.

7. ANNEXES

En annexe, les formulaires suivants:

Transmission d'informations au calendrier

Note de service – Information/Réservation

Vérification de crédit

Demande de réservation

Approbation de projet d'événement

Contrat – Location avec billetterie

Contrat – Location sans billetterie

Contrat – Location de courte durée

Bon de travail