

**Par courriel**

[REDACTED]

La présente donne suite à votre demande d'accès à l'information reçue le 29 mars 2017, par laquelle vous souhaitez obtenir les renseignements suivants :

- « - *La liste de toutes les campagnes de communication/publicité déployées par votre ministère depuis le 7 avril 2014, et terminée ou en cours en date d'aujourd'hui.*
- *Pour chacune :*
- o *Le plan de communication (ou note d'information/avis de pertinence, etc.);*
  - o *Le plan média (télé, radio, journaux, médias sociaux, etc.), comprenant les dates de diffusion et la durée de la campagne;*
  - o *Le coût total, ventilé par poste de dépense (la description l'ensemble des dépenses encourues), et le cas échéant, la ou les firme(s)/entreprise(s) engagées pour réaliser en tout ou en partie la campagne, le nom de la ou des firme(s) et le montant du contrat;*
  - o *La reddition de compte/évaluation des résultats et retombées. »*

Conformément à l'article 47 de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (chapitre A-2.1) («la Loi sur l'accès»), nous vous informons que les recherches effectuées dans le cadre de votre requête ont permis de retracer des documents pouvant vous être transmis. Vous trouverez en pièces jointes une copie de cette documentation. Prenez note que les informations dont la diffusion n'est pas autorisée ont été caviardées en vertu des articles 14, 24 et 27 de la Loi sur l'accès.

Par ailleurs, d'autres documents en notre possession ne peuvent vous être communiqués. Il s'agit soit de documents de travail au stade d'ébauche ou préliminaire, soit de documents contenant, en substance, des informations de nature confidentielle ou ayant des incidences sur les décisions administratives. Nous invoquons les articles 9, 23, 24, 27 et 37 de la Loi sur l'accès.

Si vous désirez contester cette décision, il vous est possible de la faire auprès de la Commission de l'accès à l'information. Vous trouverez, ci-annexée, une note explicative concernant l'exercice de ce recours.

Je vous prie de recevoir, [REDACTED] l'expression de mes sentiments distingués.

Marie-Claude Lajoie  
Responsable de l'accès aux documents



---

## AVIS DE RE COURS

---

Suite à une décision rendue en vertu de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*.

### RÉVISION

#### a) Pouvoir

L'article 135 de la loi prévoit qu'une personne, dont la demande écrite a été refusée en tout ou en partie par le responsable de l'accès aux documents ou de la protection des renseignements personnels, peut demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision.

La demande de révision doit être faite par écrit; elle peut exposer brièvement les raisons pour lesquelles la décision devrait être révisée (art. 137).

L'adresse de la Commission d'accès à l'information est la suivante :

**Québec**

575, rue Saint-Amable, bureau 110  
Québec (Québec)  
G1R 2G4  
Téléphone : 418 528-7741  
Télécopieur : 418 529-3102

**Montréal**

500, boulevard René-Lévesque Ouest, bur. 18.200  
Montréal (Québec)  
H2Z 1W7  
Téléphone : 514 873-4016  
Télécopieur : 514 844-6170

#### b) Motifs

Les motifs relatifs à la révision peuvent porter sur la décision, sur le délai de traitement de la demande, sur le mode d'accès à un document ou à un renseignement, sur les frais exigibles ou sur l'application de l'article 9 (notes personnelles inscrites sur un document, esquisses, ébauches, brouillons, notes préparatoires ou autres documents de même nature qui ne sont pas considérés comme des documents d'un organisme public).

#### c) Délais

Les demandes de révision doivent être adressées à la Commission d'accès à l'information dans les 30 jours suivant la date de la décision ou de l'expiration du délai accordé au responsable pour répondre à une demande (art. 135).

La loi prévoit spécifiquement que la Commission d'accès à l'information peut, pour motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).

### APPEL DEVANT LA COUR DU QUÉBEC

#### a) Pouvoir

L'article 147 de la loi stipule qu'une personne directement intéressée peut porter la décision de la Commission d'accès à l'information en appel devant trois juges de la Cour provinciale, sur toute question de droit ou de compétence. Cet appel ne peut toutefois être porté qu'avec la permission d'un juge de la Cour provinciale. Ce juge accorde la permission s'il est d'avis qu'il s'agit d'une question qui devrait être examinée en appel.

#### b) Délais et frais

L'article 149 prévoit que la requête pour permission d'appeler doit être déposée au greffe de la Cour provinciale, à Montréal ou à Québec, dans les 30 jours de la décision, après avis aux parties et à la Commission d'accès à l'information. Les frais de cette demande sont à la discrétion du juge.

#### c) Procédure

L'appel est formé, selon l'article 150 de la loi, par dépôt auprès de la Commission d'accès à l'information d'un avis à cet effet signifié aux parties dans les 10 jours qui suivent la date de la décision qui l'autorise. Le dépôt de cet avis tient lieu de signification à la Commission d'accès à l'information.

---



**Ministère de l'Économie, de la Science et de l'Innovation**

**Renseignements concernant les campagnes  
de communication ou publicitaires  
depuis le 7 avril 2014**

Période de diffusion / durée de la campagne	Activité médiatique	Poste de dépense	Firme	Montant de la dépense encouru
Septembre à décembre 2014	Grands Prix québécois de la qualité 2014	Achat média	CSPQ	24 030,65 \$
		Impression feuillet	Numericqa	661,61 \$
		Certificats et trophées	R-Design	6 765,22 \$
		Vidéo	Digipoint	7 913,26 \$
		Kiosque	CSPQ	5 773,44 \$
Septembre à décembre 2015	Grands Prix québécois de la qualité 2015	Achat média	CSPQ	33 034,08 \$
		Impression feuillet	JB Deschamps	501,00 \$
		Parapost	Asystel	557,57 \$
		Kiosque	CSPQ	641,36 \$
		Trophée - design	Atelier du bronze	4 390,67 \$
		Vidéo	Digipoint	7 467,73 \$
		Certificats et trophées	R-Design	5 590,14 \$
Août à décembre 2016	Grands Prix québécois de la qualité 2016	Achat média	CSPQ	39 531,61 \$
		Impression feuillet	Imprimerie sociale	254,09 \$
		Certificats et trophées	R-Design	3 145,23 \$
		Frais de gestion	CSPQ	2 324,46 \$
		Vidéo	Digipoint	5 375,30 \$
11 février au 26 mai 2016	Promotion régionale de l'offre de services du MESI 2016	Achat média	CSPQ	95 625,00 \$
		Commission CSPQ	CSPQ	5 624,00 \$
		---	---	---
9 février au 15 juin 2017	Promotion régionale de l'offre de services du MESI 2017	Achat média	CSPQ	100 000,00 \$
		Commission CSPQ	CSPQ	5 880,00 \$
		---	---	---
Juillet 2015 à décembre 2016	Promotion de la stratégie - PerforME	Impression de dépliants	Copie Express / MP Repro	2 225,35 \$
		Vidéo	MTESS	7 141,00 \$
		Achat média	CSPQ	112 576,25 \$
21 février au 15 mars 2017	Campagne de promotion – Stratégie maritime	Achats média	CSPQ	414 545,74 \$
		Honoraires et production	KBS	320 253,29 \$
		Commission CSPQ	CSPQ	32 025,33 \$



## Plan médias Grands Prix québécois de la qualité 2014-2015

PUBLICITÉ	FORMAT	PARUTIONS	TARIF UNITAIRE BRUT	TARIF ESTIMÉ NET	PRÉCISION
<b>Site Web - Les Affaires</b>					
Web : page d'accueil	Wallpaper+Superbannière+Double BB x 2	8 et 9 novembre	1925	1 925,00 \$	Entre 20 000 et 30 000 impressions par jours
Web : page d'accueil	Wallpaper+Superbannière+Double BB x 2	13 et 14 novembre	1925	3 850,00 \$	Entre 20 000 et 30 000 impressions par jours
Diffusion capsules vidéo	In Text Roll 30 sec max	du 24 nov au 15 déc	35\$ CPM	4 375,00 \$	125 000 impressions de capsules vidéo en ROS
			<b>Sous-total Net</b>	<b>10 150,00 \$</b>	
			<b>Total Groupe Les Affaires</b>	<b>10 150,00 \$</b>	Net

PUBLICITÉ	FORMAT	PARUTIONS	TARIF BRUT	TARIF ESTIMÉ NET	PRÉCISION
<b>Télévision - RDI</b>					
Diffusion capsules vidéo	30 secondes	21 nov au 8 déc	14 000	12 600	
			<b>Sous-total Net</b>	<b>12 600</b>	
			<b>Total RDI</b>	<b>12 600,00 \$</b>	Net
<b>TOTAL PLACEMENTS</b>					
				<b>22 750,00 \$</b>	Net



**Plan médias**  
**Grands Prix québécois de la qualité 2015-2016**

PUBLICITÉ	FORMAT	PARUTIONS	TARIF UNITAIRE BRUT	TARIF ESTIMÉ BRUT	PRÉCISION
<b>Site Web - Les Affaires</b>					
Web : page d'accueil	Wallpaper+Superbannière+Double BB x 2	Les 16 et 17 novembre 2015	1 925,00 \$	3 850 \$	Entre 20 000 et 30 000 impressions par jours
Web : page d'accueil	Wallpaper+Superbannière+Double BB x 2	Les 19 et 20 novembre 2015	1 925,00 \$	3 850 \$	Entre 20 000 et 30 000 impressions par jours
Diffusion capsules vidéo	In Text Roll 30 secondes max	Du 24 novembre au 15 décembre 2015	35 \$ CPM	4 375 \$	125 000 impressions de capsules vidéo en ROS
<b>Site Web - Radio-Canada.ca</b>					
Diffusion capsules vidéo	Preroll 30 secondes	Du 24 novembre au 15 décembre 2015	RDI et émissions d'information SRC.ca	10 125 \$	200 000 impressions
radio-canada.ca	Double BB en permanence	Le 18 novembre 2015	RDI et radio-canada.info		Environ 430 000 impressions
				<b>Total BRUT</b>	<b>22 200 \$</b>

PUBLICITÉ	FORMAT	PARUTIONS	TARIF BRUT	TARIF ESTIMÉ BRUT	PRÉCISION
<b>Télévision - RDI</b>					
Diffusion capsules vidéo	30 secondes	Du 21 novembre au 8 décembre 2015	14 000 \$	14 000 \$	
				<b>Total BRUT RDI</b>	<b>14 000 \$</b>
				<b>TOTAL PLACEMENTS BRUT</b>	<b>36 200 \$</b>
				<b>Escompte client 10 %</b>	<b>3 620 \$</b>
				<b>Sous-total Net CLIENT</b>	<b>32 580 \$</b>
				<b>Frais mise en ligne (net)</b>	<b>400 \$</b>
				<b>TOTAL Net CLIENT</b>	<b>32 980 \$</b>

Budget retranché de 400 \$ brut (340 \$ net client) - à la demande de la cliente pour ne pas dépasser le budget disponible 33 000 \$ tout inclus

Dates permanence confirmées

Formats utilisés :

Wallpaper = 1920 X 1080  
Super bannière = 728 X 90  
Double BigBox = 300 X 600



**MESI - GPQQ 2016 - Plan web**

Dates de campagne : Novembre et décembre 2016

Marché : Québec Franco

Budget brut: 25 500\$

Révisé le 18 août 2016

SITES ET RÉSEAUX	EXÉCUTION RECOMMANDÉE	GÉO-CIBLAGE	FORMAT	2016								IMPRESSIONS PLANIFIÉES
				NOVEMBRE				DÉCEMBRE				
				31	7	14	21	28	5	12	19	26
<b>Bannières</b>												
<b>TC Média</b>												
Lesaffaires.com	Premières impressions ROS	Québec Franco	300x600									155 000 200 000
<b>Radio-Canada</b>												
Ici.RadioCanada.ca	Premières impressions ROS Actualités, RDI	Québec Franco	300x600				21					250 000 200 000
<b>La Presse</b>												
LaPresse.ca	Section Affaires	Québec Franco	300x600									200 000
<b>Vidéos</b>												
<b>TC Média</b>												
Lesaffaires.com	ROS	Québec Franco	In-text roll									100 000
<b>Radio-Canada</b>												
Tou.tv	Émissions actualités	Québec Franco	Pre-roll									150 000
										Budget média brut :	25 011 \$	
										Budget média net :	21 259 \$	
										Commission CSPQ :	1 250 \$	
										Frais de serveur :	400 \$	
										Total client :	22 909 \$	

**RDI****Grands prix Québécois de la qualité**

Émission	Jour	Heure	Novembre 2016		DÉCEMBRE	total occasions
			21	28	5	
RDI Économie	lu-ve	22h-22h30	4	4	4	12
RDI Économie	lu-ve	18h30-19h	3	3	3	9
Téléjournal	samedi	17h-17h30	1	1	1	3
Téléjournal	samedi	21h-21h30	1	1	1	3
Les Grands reportages	lu-ve	20h-21h	3	3	3	9
Les Grands reportages	samedi	21h30-22h30	1	1	1	3
Les Grands reportages	dimanche	20h-21h	1	1		2
Les EX	lu-je	12h30-13h30	3	3	3	9
24 hres en 60 minutes	lu-ve	23h-24h	3	3	3	9
Bloc 1	lu-di	5h-12h	25	25	25	75
Bloc 2	lu-di	12h-18h	24	24	24	72
Bloc 3	lu-di	18h-25h	23	23	23	69
		Total occs	92	92	91	275

Coût brut	21 500,00 \$
Total net	18 275,00 \$
Frais CSPQ	1 074,57 \$
<b>Total facturé</b>	<b>19 349,57 \$</b>

Parutions	Réservation d'espace	Matériel à produire	Matériel complet
Québec 28 janvier	Jeudi 14 janvier 2016	Vendredi 15 janvier 2016	Mardi 26 janvier 2016
Centre-du-Québec 11 février	Jeudi 28 janvier 2016	Vendredi 29 janvier 2016	Mardi 9 février 2016
Mauricie 18 février	Jeudi 4 février 2016	Vendredi 5 février 2016	Mardi 16 février 2016
Montréal 25 février	Jeudi 11 février 2016	Vendredi 12 février 2016	Mardi 23 février 2016
Abitibi-Témiscamingue 3 mars	Jeudi 18 février 2016	Vendredi 19 février 2016	Mardi 1 <sup>er</sup> mars 2016
Bas Saint-Laurent 10 mars	Jeudi 25 février 2016	Vendredi 26 février 2016	Mardi 8 mars 2016
Chaudières-Appalaches 17 mars	Jeudi 3 mars 2016	Vendredi 4 mars 2016	Mardi 15 mars 2016
Saguenay-Lac-Saint-Jean 24 mars	Jeudi 10 mars 2016	Vendredi 11 mars 2016	Mardi 22 mars 2016
Laval 31 mars	Mercredi 16 mars 2016	Jeudi 17 mars 2016	Mardi 29 mars 2016
Nord-du-Québec 6 avril	Mardi 22 mars 2016	Mercredi 23 mars 2016	Lundi 4 avril 2016
Lanaudière 7 avril	Mercredi 23 mars 2016	Jeudi 24 mars 2016	Mardi 5 avril 2016
Estrie 14 avril	Jeudi 31 mars 2016	Vendredi 1 <sup>er</sup> avril 2016	Mardi 12 avril 2016
Longueuil 21 avril	Jeudi 7 avril 2016	Vendredi 8 avril 2016	Mardi 19 avril 2016
Haut-Saint-Laurent 28 avril	Jeudi 14 avril 2016	Vendredi 15 avril 2016	Mardi 26 avril 2016
Côte-Nord 5 mai	Jeudi 21 avril 2016	Vendredi 22 avril 2016	Mardi 3 mai 2016
Laurentides 12 mai	Jeudi 28 avril 2016	Vendredi 29 avril 2016	Mardi 10 mai 2016
Gaspésie 19 mai	Jeudi 5 mai 2016	Vendredi 6 mai 2016	Mardi 17 mai 2016
Outaouais 26 mai	Jeudi 12 mai 2016	Vendredi 13 mai 2016	Mardi 24 mai 2016







## Parutions

9 février: Côte-Nord / 16 février: Centre du Québec / 23 février: Montérégie / 2 mars: Montréal / 9 mars: Abitibi-Témiscamingue / 16 mars: Bas Saint-Laurent / 23 mars: Chaudières Appalaches / 30 mars: Laval / 6 avril: Nord-du-Québec / 13 avril: Lanaudière / 20 avril: Estrie / 27 avril: Longueuil / 4 mai: Montérégie Ouest / 11 mai: Saguenay / 18 mai: Laurentides / 25 mai: Mauricie / 1 juin: Québec / 8 juin: Outaouais / 15 juin: Gaspésie





cossette média

MEIE - Stratégie PerforME - CU\_1008850 - Plan d'achats

**Dates de campagne :** Du 14 décembre 2015 au 24 janvier 2016

## **Marché : Québec francophone**

Budget média brut (ajout presse.ca): 83 031\$

Date révision : 4 février 2016

SITES ET RÉSEAUX	EXÉCUTION RECOMMANDÉE	GÉO-CIBLAGE	FORMATS	2015-2016												IMPRESSIONS PLANIFIÉES			
				NOVEMBRE				DÉCEMBRE				FÉVRIER			MARS				
				9	16	23	30	7	14	21	28	8	15	22	29	7	14	21	28
<b>Bannières - Volet I</b>																			
<b>Olive</b>																			
lapresseaffaires.ca	ROS Permanence	Québec Franco Québec Franco	Bannières 300x250 Bannières 300x250		9	19	30												680 923 n/a
	ROS Permanence	Québec Franco Québec Franco	Bannières 300x250 Bannières 300x250																740 738 n/a
<b>Transcontinental</b>																			1 022 000
LesAffaires.ca	Création nouvelle section + wallpaper, super-bannières, 2 big-box	Québec Franco	Bannières, commandites...																Du 3 Déc. au 3 Juill. 2016; du 5 sept. au 2 déc. 2016
<i>Les impressions seront ajustées suites aux achats.</i>																			
																	<b>Budget média brut:</b> 83 031 \$		
																	<b>Frais de serveur :</b> 400 \$		
																	<b>Budget total :</b> 83 431 \$		





**MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE, DE LA SCIENCE ET DE L'INNOVATION**  
**STRATÉGIE MARITIME**  
**TV FRANÇAIS PLUS RADIO ANGLAIS**

Économie, Science  
et Innovation  
**Québec**

Média	Format	Répartition budget	2017										PORTÉE / FRÉQUENCE :
			Février					Mars					
Télévision	PEB A 25-54	54 %	30	6	13	20	27	6	13	20	27		
<b>Province de Québec (francophone)</b>													
Créativité média avec TVA/LCN	30 s Décomptes												
TVA Nouvelles 18h (lu-ve) - 3 occasions par semaine		84											
TVA Nouvelles 22h (lu-ve) - 3 occasions par semaine		48											
LCN TVA Nouvelles 22h (lu-ve) - 5 occasions par semaine		10											
30 s Pauses isolées													
TVA Nouvelles 17h (lu-ve) - 3 occasions par semaine		15											
30 s Créativité média													
30 s		157											
Réseaux conventionnels & spécialisés													
30 s		118											
15/15 s séparation maximale dans la même pause		545											
<b>TOTAL :</b>		<b>820</b>											
<i>mardi 21 février au mercredi 15 mars</i>													
<b>Adultes 25 à 64 ans</b>													
Montréal (F) : 90 % / 14			21	21	21	21							
Province (F) : 92 % / 15			12	12	12	12							
<b>Jeunes 16 à 24 ans</b>													
Montréal (F) : 81 % / 8			3,8	3,8	3,8	3,8							
Province (F) : 84 % / 10			30 s	39	39	39	39						
<b>Télé communautaire</b>													
4 %													
<b>Radio</b>													
PEB A 25-54 13 %													
Montréal (anglophone)	30 s	750											
<b>Imprimé</b>													
3 %													
Montréal (francophone)			30 s	175	200	200	175						
<b>Adultes 25 à 54 ans</b>													
Montréal (A) : 82 % / 10			ven	le 24 février									
<b>Web</b>													
Impressions 26 %													
Vidéo (français)	30 s (YouTube visionnement forcé) 15 s (sites télé + achat sur YouTube ciblé)	833 333 1 500 000											
<b>Province total</b>													
Médias sociaux (français)	Promotion des publications avec vidéo Facebook (3,9 millions de profils) Twitter	5 000 000 2 500 000											
<b>Adultes 25 à 64 ans</b>													
COÛT TOTAL CLIENT	Mots clés	clics 9 333											
<b>Coût média total :</b>													
Coût net													
Frais de mise en ligne (web)													
5,88 % du net (CSPQ)													
<b>COÛT TOTAL CLIENT</b>													

Révision #7 : 21 février 2017

Signature du client :

*Claudie Lebeau*  
Date : 22/02/2017

