

PAR COURRIEL

Le 30 janvier 2026

N/Réf. : 30384

Objet : Demande d'accès aux documents - décision

Bonjour,

Par la présente, nous donnons suite à votre demande d'accès reçue le 7 janvier 2025, comme précisé le 13 janvier dernier et visant à obtenir *pour chacune des dépenses listées dans le PDF (en annexe) :*

1. *Les canaux de diffusion utilisés (numérique, médias sociaux, moteurs de recherche, plateformes professionnelles, médias traditionnels, etc.) ;*
2. *Si certaines campagnes ont impliqué la collaboration avec des créateurs de contenu ou influenceurs, ou l'achat de contenu diffusé via des comptes tiers ;*
3. *De façon plus générale, s'il est possible de distinguer la part des dépenses consacrées aux médias numériques par rapport aux médias traditionnels.*

À cet égard, nous vous transmettons ci-joint les documents demandés et détenus par le Ministère. Notez que la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* prévoit des restrictions au droit d'accès. Ainsi, en vertu des articles 53 et 54 de cette loi (en annexe), les signatures figurant sur les documents visés sont protégées.

Concernant le deuxième point, notre Ministère ne collabore pas avec des influenceurs ni des créateurs de contenu. Quant à l'achat de contenu diffusé via des comptes tiers, dans le cadre de notre partenariat avec Quebecor, nous avons eu une publication Facebook au sujet de la Semaine québécoise des rencontres interculturelles (SQRI) sur le compte de Salut Bonjour de type partenariat rémunéré. L'animatrice de l'événement de remise de prix de la Semaine québécoise des rencontres interculturelles, Isabelle Racicot, a brièvement parlé de l'événement à son émission de radio du moment et sur ses plateformes sociales.

Relativement au troisième point, veuillez noter que, pour la vidéo " Pourquoi choisir le Québec et ses régions", il n'y a eu aucune dépense en placement média. La diffusion se fait de manière organique.

Veuillez noter que vous pouvez demander à la Commission d'accès à l'information du Québec de réviser cette décision, et ce, dans les trente (30) jours suivant la date de la présente lettre. Vous trouverez de plus amples informations à l'adresse suivante:
www.cai.gouv.qc.ca/citoyens/recours-devant-la-commission/concernant-lacces-aux-documents-dorganismes-publics/ .

Pour toute question relative à la présente décision, n'hésitez pas à nous contacter en répondant directement à ce courriel.

Veuillez recevoir nos salutations distinguées.

Tabita Nicolaica

Responsable de l'accès aux documents

et de la protection des renseignements personnels

Ministère de l'Immigration, de la Francisation et de l'Intégration

1200 boul. Saint-Laurent, 7^e étage, bureau 7.200

Montréal (Québec) H2X 0C9

www.immigration-quebec.gouv.qc.ca

p. j.

LOI SUR L'ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS ET SUR LA PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

MOTIFS INVOQUÉS

53. Les renseignements personnels sont confidentiels sauf dans les cas suivants:

1° la personne concernée par ces renseignements consent à leur divulgation;

2° ils portent sur un renseignement obtenu par un organisme public dans l'exercice d'une fonction juridictionnelle; ils demeurent cependant confidentiels si l'organisme les a obtenus alors qu'il siégeait à huis-clos ou s'ils sont visés par une ordonnance de non-divulgation, de non-publication ou de non-diffusion.

1982, c. 30, a. 53; 1985, c. 30, a. 3; 1989, c. 54, a. 150; 1990, c. 57, a. 11; 2006, c. 22, a. 29; 2021, c. 25, a. 8.

54. Dans un document, sont personnels les renseignements qui concernent une personne physique et permettent, directement ou indirectement, de l'identifier.

1982, c. 30, a. 54; 2006, c. 22, a. 110; 2021, c. 25, a. 10.

Client: MUI
 Campagne: Banque de déclarations d'intérêt
 Code: -
 Date de début: 01-Avg
 Date de fin: 05-Oct
 Révision: 1
 Date de révision: 15 octobre



Médias	Partenaires	Marchés	Formats	Performances estimées Impressions/Click	AOUT												Budget net	% Budget
					01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12		
Social	YouTube	France Belgique Maroc Tunisie	Transition - 15sec	vidéocliques	58,714												12 076.44 \$	
					61,145												2 035.72 \$	8%
					60,903												1 057.23 \$	
					60,807												1 045.15 \$	
	YouTube	France Belgique Maroc Tunisie	Non-observable - 15sec	Impressions	145,774												12 076.44 \$	8%
					152,836												2 035.48 \$	
					152,117												1 057.23 \$	
					152,401												1 042.34 \$	
	LinkedIn	France Belgique Maroc Tunisie	Video 15s	Impressions	176,913												5 076.42 \$	4%
					31,940												1 415.30 \$	
					234,375												1 408.18 \$	
					234,915												1 407.45 \$	
	LinkedIn	France Belgique Maroc Tunisie	Carnaval	Impressions	419,626												4 196.26 \$	12%
					119,220												4 197.20 \$	
					418,108												4 181.08 \$	
					419,751												4 197.51 \$	
	Meta (Facebook / Instagram)	France Belgique Maroc Tunisie	bannières statiques	Impressions	83,130												14 846.85 \$	18%
					30,974												3 740.83 \$	
					82,553												3 716.84 \$	
					82,095												3 714.90 \$	
SEM - Mots clés	Google Ads	France Belgique Maroc Tunisie	Video 15s	Impressions	27,444												823.31 \$	2%
					27,540												826.10 \$	
					27,437												823.11 \$	
					27,400												828.00 \$	
	Bing	France Belgique Maroc Tunisie	Carnaval	Impressions	349,436												10 047.23 \$	7%
					250,750												2 494.06 \$	
					252,117												2 507.00 \$	
					254,430												2 521.17 \$	
SEM - Mots clés	Google Ads	France Belgique Maroc Tunisie	bannières statiques	Impressions	277,680												8 969.87 \$	4%
					276,549												2 121.38 \$	
					280,889												2 228.29 \$	
					283,001												2 247.19 \$	
	Bing	France Belgique Maroc Tunisie	Annonces textes	Clicks	21,141												53 126.70 \$	37%
					4,462												12 038.26 \$	
					22,217												13 386.62 \$	
					22,258												13 390.00 \$	
SEM - Mots clés	Bing	France Belgique Maroc Tunisie	Annonces textes	Clicks	3,429												4 064.43 \$	4%
					475												2 629.75 \$	
					1,518												1 424.59 \$	
					453												1 558.19 \$	

Commentaires	Signature
Audiences / Clients: Rep: France, Belgique, Maroc, Tunisie Secteurs: TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, construction Conditions d'achat: Répartition budgétaire par secteurs fondée selon les résultats de campagne	Client: Signature: Nom: Date:

TOTAL Média net	142 988.975
Commission Numérique	5 845.645
Commission SEM	3 847.425
Frais de mise en ligne	4 950.000
GGF France	376.195
(2% des investissements Google)	
Frais de report sur mesure	900.000
TOTAL Investissement Média	158 928.425
Frais variation taux de change	2 000.000
Total Coût client	160 928.425

Client
Campagne
Code
Date de début:
Date de fin:
Révision:
Date de révision:

MIFI
Banque de déclaration d'intérêt
29 janvier 2024
24 mars 2024
4
5-Feb



Médias	Partenaires	Marchés	Secteur	Ciblage	Formats	Performances estimées Impressions/Clicks	JAN												REV	MAR			Budget net	% Budget
							01	02	03	15	22	29	05	12	19	26	04	11		18	25			
Social	Youtube	France Belgique Maroc Tunisie Algérie Sénégal Brésil	Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction TI, Santé, Petite enfance, Construction TI, Génie, Santé, Petite enfance TI, Génie, Éducation TI, Santé, Éducation, Construction TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage intérêt / secteur:	mid-roll & pre-roll (Trueview) - 15sec	visionnements														22 458.75 \$	13%			
						44,533																3 562.62 \$		
						45,423																	3 633.87 \$	
		France Belgique Maroc Tunisie Algérie Sénégal Côte d'Ivoire Brésil	Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction TI, Santé, Petite enfance, Construction TI, Génie, Santé, Petite enfance TI, Génie, Éducation TI, Santé, Éducation, Construction TI, Petite Enfance TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage par compétences, expérience, et villes ciblées	Video 15s	Impressions														6 910.00 \$	4%			
						146,299																	1 024.09 \$	
						146,299																	1 024.09 \$	
		France Belgique Maroc Tunisie Algérie Sénégal Côte d'Ivoire Brésil	Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction TI, Santé, Petite enfance, Construction TI, Génie, Santé, Petite enfance TI, Génie, Éducation TI, Santé, Éducation, Construction TI, Petite Enfance TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage par compétences, expérience, et villes ciblées	Carrousel	Impressions															20 277.00 \$	12%		
						153,614																	3 072.27 \$	
						153,614																		3 072.27 \$
		France Belgique Maroc Tunisie Algérie Sénégal Côte d'Ivoire Brésil	Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction TI, Santé, Petite enfance, Construction TI, Génie, Santé, Petite enfance TI, Génie, Éducation TI, Santé, Éducation, Construction TI, Petite Enfance TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage par compétences, expérience, et villes ciblées	bannière statique	Impressions																18 024.00 \$	11%	
60,687																						2 730.91 \$		
60,687																								2 730.91 \$

Considération
Audience / Cibles: Pays: France , Belgique, Maroc, Tunisie , Algérie, Sénégal , Brésil, Côte d'Ivoire Villes (LinkedIn): France: Paris, Marseille, Lyon Belgique: Bruxelles, Bruges Maroc: Casablanca, Rabat, Tanger, Kenitra, Fes Tunisie: Tunis, Nabeul, Sousse, Mxax Algérie: Alger, Tizi Ouzou, Oran, Annaba, Constantine Sénégal: Dakar, Thies, Saint-Louis Côte d'Ivoire: Abidjan, Yamoussoukro Brésil: São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Amapá Secteurs: TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction
Condition d'achat: Répartition budgétaire par secteurs flexibles selon les résultats de campagne

Signature
Client:
Signature:
Nom:
Date:

Récapitulatif budgétaire	
TOTAL Média net	150 078.50\$
Commission Numérique (7% du net)	4 736.88\$
Commission SEM (6.5% du net)	5 356.57\$
Frais de mise en ligne	7 650.00\$
DST France (2% des investissements Google)	272.50\$
Frais variation taux de change	1 849.00\$
Total Coût client	169 943.45\$

Client
Campagne
Code
Date de début:
Date de fin:
Révision:
Date de révision:

MIFI
Banque de déclaration d'intérêt
-
26 février 2024
31 mars 2024
0
05-Feb



Médias	Partenaires	Marchés	Secteur	Ciblage	Formats	Performances estimées Impressions/Clicks	FÉV				MAR				AVR				Budget net	% Budget
							05	12	19	26	04	11	18	25	01	08	15	22		
Programmatique	Youtube	Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban	TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage intérêt / secteur + In-Market + Contextuel	(Trueview) - 15sec	visionnements													9 000 00 \$ 7 000 00 \$ 6 500 00 \$ 6 500 00 \$ 3 000 00 \$ 3 000 00 \$ 3 000 00 \$	23%
		Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban	TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage intérêt / secteur + In-Market + Contextuel	Non-Skippable 15 sec	Impressions													7 500 00 \$ 5 500 00 \$ 5 500 00 \$ 5 000 00 \$ 2 500 00 \$ 2 500 00 \$ 2 500 00 \$	19%
Social	LinkedIn	Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban	Campagne de portée	Ciblage par langue	Video 15s	Impressions													20 500.00 \$	12%
		Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban	Campagne de trafic	Ciblage demo 18-35 + Ciblage par compétences, expérience	Images simples	Clicks													2 500 00 \$ 2 500 00 \$ 2 500 00 \$ 800 00 \$ 800 00 \$ 700 00 \$ 1 500 00 \$	7%
Bannière / Vidéo Partenaire direct	Radio France Internationale	Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban	Ciblage géographique par IP Présence sur le site RFI + l'application		300x600 ou 300x250 & 728x90 ou 1000x	Impressions													4 517 00 \$	5%
					Video 300x250 ou in-read															
		Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban			Audio 30 sec Production														4 300 00 \$	
Bannière programmatique	DV360	Italie Espagne Portugal Colombie Roumanie Chili Liban	TI, Génie, Santé, Éducation, Petite enfance, Construction	Ciblage demo 18-35 + Ciblage intérêt / secteur + In-Market + Contextuel	300x250	Impressions													8 000 00 \$ 5 500 00 \$ 5 500 00 \$ 5 500 00 \$ 2 000 00 \$ 2 000 00 \$ 2 000 00 \$	18%

Considération
Audience / Cibles: Pays: Italie, Espagne, Portugal, Colombie, Roumanie, Chili, Liban
Condition d'achat: Répartition budgétaire par secteurs flexibles selon les résultats de campagne

Signature
Client:
Signature: Num: Date: 2024-02-08

Récapitulatif budgétaire	
TOTAL Média net	140 117.00\$
Commission Numérique (7% du net)	9 808.19\$
Frais de mise en ligne	12 600.00\$
Frais de production RFI - Audio 30 sec	799.00\$
Frais variation taux de change	2 000.00\$
Total Coût client	165 324.19\$

planification médias

cossette média

MIFI_Cas-0814-23_Campagne Immigration économique 2023
RENVERSONS LA TENDANCE

révisé le 15 novembre

déploiement média							novembre				décembre				budget net
format	média	description	marché	format	objectifs	poids estimés	30	6	13	20	27	4	11	18	budget
Vidéo	Télévision traditionnelle : Conventionnelles : TVA et TVA Sports , SRC, Bell, TQ, RDS TVA	Positionnement dans les émissions à grandes écoutes et les émissions d'actualité/nouvelles	Province de Québec (fr)	vidéo 30 secondes	Notoriété	315 PEB (à confirmer selon dispos)									125 800 \$
		émissions disponibles à TVA	Province de Québec (fr)	vidéo 30 secondes	Notoriété	adt occasions à confirmer									20 000 \$
	Télévision communautaire	N/A	Laval			8 occasions									
		N/A	Outaouais	vidéo 30 secondes	Notoriété	10 occasions									13 600 \$
		Chaînes : Châteauguay (TVC de Sud-Ouest) et Vaudreuil-Soulangue, (TVC sur la Télé)	Montréal			8 occasions									
	Placements numériques	Vidéo pre-roll / Noovo, Tou.TV, TVA vidéo, Télé-Québec		vidéo 30 secondes		1 079 969 impressions									42 000 \$
		Télé connectée : Vidéo pre-roll / Noovo, Tou.TV, TVA vidéo		vidéo 30 secondes		676 471 impressions									23 000 \$
		YouTube : Vidéo pre-roll / A18-34	Province de Québec (fr)	30 secondes non forcé	Vues complétées	296 616 visionnements									23 729 \$
		YouTube : Vidéo pre-roll / A18-34		30 secondes forcé		127 121 visionnements									10 170 \$
	Tablette	La Presse+													
		Vidéo d'ouverture au téléchargement	Province de Québec (fr)	vidéo 30 secondes	Vues complétées	220 000 impressions par jour									54 344 \$

*TVA et TVA sports : si nécessaire cette campagne pourra utiliser 70% des achats de la campagne MESS

Total média net :	312 643 \$
Commission CAG Internet :	6 923 \$
Commission CAG tablette :	3 261 \$
Commission CAG trad. :	6 137 \$
Frais de mise en ligne :	900 \$
Honoraires médias de planification :	1 350 \$
Budget total :	331 213 \$
communautaire :	4%

Client: MIFI
Campagne: Journée Québec Europe
Code:
Date de début: 29 avril 2024
Date de fin: 2 juin 2024
Révision: 2
Date de révision: 29 avril 2024



Médias	Partenaires	Marchés	Secteur	Ciblage	Formats	Rationnel	Impressions estimées	Performances estimées selon l'objectif	MAR	AVR	MAI	JUN	Pondération média	Pondération DC	Budget net	% Budget																
									04	11	18	25	01	08	15	22	29	06	13	20	27	03	10	17	24							
Notoriété									401,723		156,672																					
Video en ligne	Youtube	France Belgique	Éducation, Génie et technique, Petite enfance, Santé et services sociaux, Technologies de l'Info Secteurs secondaires hors OpMO	Ciblage demo 25-45 + Ciblage intérêt / secteur + In-Market + Contextuel	mid-roll & pre-roll (Trueview) - 15sec	Le format vidéo TrueView sur YouTube permet de générer de la notoriété, avec pour objectif de maximiser la portée du message et de mesurer l'intérêt par le taux de complétion.	Impressions	visionnements																								
							590,769	230,400																								
							401,723	156,672																								
Trafic									1,800,889		43,304																					
Social	LinkedIn	France & Belgique	Éducation Génie et technique Petite enfance Santé et services sociaux Technologies de l'information Secteurs secondaires hors OpMO Reciblage (sans pixels) interagit avec la publication ou page du MIFI JOE	Ciblage demo 25-54 + Ciblage par compétences, expérience, et villes ciblées	bannière statique	LinkedIn a généré le taux de conversion le plus impressionnant en automne, ce qui témoigne de l'efficacité de la plateforme pour rejoindre avec précision des secteurs d'emploi. La plateforme est contextuellement pertinente (recherche d'emploi) avec une audience plus niche et qualifiée.	Impressions	Clics																								
							121,281	566																								
							171,220	799																								
	97,582	472																														
	85,610	400																														
	138,293	599																														
184,391	799																															
							35,799	370																								
Meta (Facebook/Instagram)	France & Belgique	Génie et technique Santé et services sociaux Technologies de l'information Secteurs secondaires hors OpMO	Ciblage par intérêt/secteur (Ciblage demo non disponible pour campagnes de recrutement)	bannière statique	Plateforme performante en matière d'efficacité de coûts, permettant d'atteindre un plus grand nombre de personnes, pour un coût par clic plus compétitif que LinkedIn, tout en répondant aux critères de ciblage.	Impressions	Clics																									
						225,714	1,332																									
						112,857	666																									
							169,285	999																								
							225,714	1,332																								
SEM - Mots clés	Google Ads	France & Belgique	Éducation Génie et technique (incluant Construction) Petite enfance Santé et services sociaux Technologies de l'information Généraliste - Secteurs secondaires hors OpMO	Ciblage par mots clés	Annonces textes	La campagne SEM était le moteur principal de conversions pour l'automne 2023 et nous resterons donc dans la continuité de la campagne précédente en procédant seulement aux optimisations proposées aux bilans.	Impressions	Clics																								
							27,977	4,197																								
							55,954	8,393																								
							23,314	3,497																								
							27,977	4,197																								
							41,966	6,295																								
							55,954	8,393																								

Considération
Audience / Cibles: Pays: France, Belgique Villes (LinkedIn): France: Paris, Marseille, Lyon Belgique: Bruxelles, Brugges ou Namur et Liège
Secteurs: Éducation, Génie et technique, Petite enfance, Santé et services sociaux, Technologies de l'information, Secteurs secondaires hors OpMO; Administration, finances et assurances ; Hôtellerie et restauration ; Transport (maritime et terrestre), mécanique et camionnage
Répartition budgétaire par secteurs flexibles selon les résultats de campagne

Signature
Client:
Signature:
Nom:
Date:

TOTAL Média net	64 675.20\$	84%
Commission Numérique (9% du net)	2 813.66\$	16%
Commission SEM (6.5% du net)	1 591.20\$	
Frais de mise en ligne	5 400.00\$	
DST France (2% des investissements Google)	604.80\$	
Frais variation taux de change	2 000.00\$	100%
Total Coût client	77 084.86\$	

Client
Campagne
Code
Date de début:
Date de fin:
Révision:
Date de révision:

MIFI
Journée Québec Europe
-
7 octobre 2024
10 novembre 2024
5
15-Oct



Médias	Partenaires	Marchés	Secteur	Ciblage	Formats	Impressions estimées	Performances estimées selon l'objectif	OCT					NOV	Coûts (TO HIDE) CPP / CPM calculation			Pondération média	Pondération DC	Budget net	% Budget															
								30	07	14	21	28		04	11	18					25	CPM	CPC	CPV											
Traffic								1,909,278					58,157																						
Social	LinkedIn	France & Belgique	Éducation Génie et technique Construction Santé et services sociaux Technologies de l'information Générique - Secteurs secondaires hors OpMO Reciblage (sans pixels) interagit avec la publication ou page du MIFI JOE	Ciblage demo 25-54 + Ciblage par compétences, expérience, et villes ciblées	Bannière statique	Impressions	Clics																							19 674.39 \$	31%				
						179,238	2,509											\$ 28.00	\$2.00							26%	28.81%		5 018.65 \$						
						64,974	910											\$ 28.00	\$2.00							9%	10.44%		1 819.26 \$						
						84,365	1,223											\$ 29.00	\$2.00							12%	14.00%		2 446.59 \$						
						114,264	1,600											\$ 28.00	\$2.00							16%	18.37%		3 199.39 \$						
	Meta (Facebook/Instagram)	France & Belgique	Éducation Génie et technique Construction Santé et services sociaux Technologies de l'information Générique - Secteurs secondaires hors OpMO	Ciblage par intérêt/secteur (Ciblage demo non disponible pour campagnes de recrutement)	Bannière statique	60,320	784																									1 568.33 \$			
						129,488	1,683											\$ 26.00	\$2.00							8%	9.00%		3 366.68 \$						
						36,379	1,128											\$ 62.00	\$2.00							17%	19.33%		2 255.48 \$						
						Impressions	Clics																											8 458.05 \$	
						337,271	1,990											\$ 5.00	\$1.50									35%	35.29%		2 984.85 \$				
SEM - Mots clés	Google Ads	France & Belgique	Éducation Génie et technique Construction Santé et services sociaux Technologies de l'information Générique - Secteurs secondaires hors OpMO	Ciblage par mots clés	Annonces textes	122,236	721																									1 081.78 \$			
						164,478	970											\$ 8.00	\$1.50							13%	12.79%		1 455.63 \$						
						0	0											\$ 5.00	\$1.50							17%	17.21%		1 455.63 \$						
						105,415	622											\$ 8.00	\$1.50							11%	11.03%		932.92 \$						
						226,313	1,335											\$ 8.00	\$1.50							24%	23.68%		2 002.87 \$						
	Bing	France & Belgique	Éducation Génie et technique Construction Santé et services sociaux Technologies de l'information Générique - Secteurs secondaires hors OpMO	Ciblage par mots clés	Annonces textes	Impressions	Clics																									29 876.62 \$			
						68,260	10,239											\$0.70									24%	28.81%		7 167.33 \$					
						24,744	3,712											\$0.70									9%	10.44%		2 598.16 \$					
						33,277	4,992											\$0.70									12%	14.00%		3 494.07 \$					
						43,516	6,527											\$0.70									15%	18.37%		4 569.17 \$					
						21,331	3,200																									2 239.79 \$			
						93,410	14,012											\$0.70									33%	19.33%		9 808.09 \$					
						Impressions	Clics																												5 528.14 \$
						10,618	1,593											\$1.00									5%	28.81%		1 592.74 \$					
						3,849	577											\$1.00									2%	10.44%		577.37 \$					
						5,176	776																									776.46 \$			
						6,769	1,015											\$1.00									3%	14.00%		1 015.37 \$					
						3,318	498											\$1.00									2%	9.00%		497.73 \$					
						7,123	1,068											\$1.00									4%	19.33%		1 068.46 \$					

Considération
Audience / Cibles: Pays: France , Belgique Villes (LinkedIn): France: Paris, Marseille, Lyon, Toulouse Belgique: Bruxelles, Bruges ou Namur et Liège
Secteurs: Éducation, Génie et technique, Santé et services sociaux, Technologies de l'information, Construction Secteurs secondaires hors OpMO: hôtellerie et restauration, administration, banque et finance, aéronautique
Répartition budgétaire par secteurs flexibles selon les résultats de campagne

Signature				
Client:		TOTAL Média net	63 537.19\$	82%
		Commission Numérique (7% du net)	1 969.27\$	18%
		Commission SEM (6.5% du net)	2 301.31\$	
		Frais de mise en ligne	5 850.00\$	
	Signature:	DST France (2% des investissements Google)	597.53\$	
		Frais de rapport sur mesure	900.00\$	
		Frais variation taux de change	2 000.00\$	
Nom:				
Date:				
		Total Coût client	77 155.31\$	100%

MIFI - Services aux entreprises - Promotion des webinaires

Budget : 80 000 \$

Marché : province de Québec (40% Montréal et Québec / 60 % régions)

Langue : français

Objectif : Conversion

Dates : 29 janvier au 31 mars 2024

Partenaire	Exécution	Dates	Format	Contact	Délai	Coût net
------------	-----------	-------	--------	---------	-------	----------

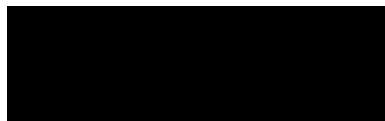
Réseaux sociaux

LinkedIn	Fil d'actualité	29 janvier au 31 mars 2024	Publication dark-post général SAE		Vendredi 5 janvier 2024	16 555.00 \$
LinkedIn	Fil d'actualité	29 janvier au 6 février 2024	Publication commanditée Webinaires janvier/février 2024		Vendredi 5 janvier 2024	5 555.00 \$

SEM

Google et Bing	Achat de mots-clés	29 janvier au 31 mars 2024	Annonces textes		Vendredi 5 janvier 2024	52 058.00 \$
francisation et outils de comparatif des diplômes			Deck ajusté : retrait de toute mention de recrutement international et de travailleurs temporaires			

Coût net	74 168.00 \$
Frais de gestion internet plus 7 %	1 547.70 \$
Frais de gestion SEM 6,5 %	3 383.77 \$
Frais de mise en ligne *2 publications	900.00 \$
Coût client	79 999.47 \$
Investissement réseaux sociaux	30%
Investissement SEM	70%
Dark-Post	75%
Publication commanditée	25%



2024-01-29

Client
Campagne
Code
Date de début:
Date de fin:
Révision:
Date de révision:

MF1
SQRI
21 octobre
10 novembre
2
6 septembre



Médias	Partenaires	Marchés	Ciblage	Formats	PEBs Occasions	Performance estimées	OCT					NOV					Budget net	% Budget				
							30	07	14	21	28	04	11	18	25							
Radio	Radio commercial - Agglomération MTL	Montréal Franco			260	55.8 % @ 4.8														34 971.30 \$	27%	
	Radio commercial - Région	Gatineau (Outaouais)			280	28.3 % @ 10.2														3 939.60 \$	13%	
		Sherbrooke (Estrie)			280	47.0 % @ 6.1														2 587.20 \$		
		Trois-Rivières			280	44.6 % @ 6.0														2 337.30 \$		
		Quebec (Capitale-Nationale)			280	49.1 % @ 5.6														7 764.30 \$		
	Radio Privée régionale	Drummondville			30																1 200.00 \$	7%
		Drummondville			30																1 342.50 \$	
		Granby			30																1 317.90 \$	
		Joliette			30																1 160.40 \$	
		St-Jérôme			30																1 470.00 \$	
		Vaudreuil			30																985.50 \$	
		St-George-de-Beauce (Chaudière-Appalaches/Bois-Francis)			30																1 450.50 \$	
Plessisville (Centre-du-Québec)			30																721.50 \$			
Radio Communautaire	Montréal			30																955.20 \$	5%	
	Québec (Charlevoix)			30																737.10 \$		
	Québec			30																955.20 \$		
	Estrie (Coaticook)			30																815.40 \$		
	Estrie (Sherbrooke)			30																730.50 \$		
	Lanaudière			30																714.30 \$		
	Montréal (L'Assommoir)			30																909.60 \$		
	Montréal (Acton Vale)			30																538.20 \$		
	Montréal (Châteauguay)			30																584.40 \$		
	Montréal			30																990.00 \$		
Radio ethnique - MTL et QC	CINQ-FM	Grecque, Italien, Latino-Américain, Portugais		30																1%		
Télévision				Salut Bonjour / C'est bon à savoir - Intégration 90s																7 500.00 \$	6%	
				Bandeau éditorial 10s		1 occasions														750.00 \$		
Bannières numériques				Panneau de segment 10s - Lundi-Vendredi		24 occasions														12 177.60 \$	9%	
	Québecor	Province de Québec	Redirection vers segment de l'émission (Intégration)	Tuile native - Redirection vers segment de l'émission (Intégration)		230,000 impressions														2 300.00 \$	2%	
			Bannières RON Québecor	Bannière 300x600, 300x250		785,715 impressions													0.00 \$			
			salutbonjour.ca	Mise en ligne du segment intégration C'est Bon à savoir : court texte de quelques mots résumant le contenu du segment															1 200.00 \$	1%		
Contenu				URL SQRI																		
				JDM Hublo Immersif + Banque d'impressions de tuiles natives + Amplification dans le module de recommandation de contenu		8,000 pages vues														12 000.00 \$	9%	
Bannières numériques	La Presse	Province de Québec	Écosystème	Bannière 300x600		382,653 impressions														7 500.00 \$	6%	
			La Presse mobile & LaPresse.ca	Natif Intégré		231,633 impressions														4 540.00 \$	4%	
	Programmatique	Province de Québec	Population québécoise A18+ National	Bannières 300x250 / 300x600 / 970x250		1,480,625 impressions														11 845.00 \$	9%	

Considération
Audience / Cibles:
Conditions d'achat:
Révision:

Signature
Client:
Signature:
Nom:
Date:

TOTAL Média net	128 990.50\$
Commission Radio, Télé, Journal (3.85% du net)	3 449.81\$
Commission Numérique (7% du net)	2 756.95\$
Commission Tablette (6% du net)	0.00\$
Frais de mise en ligne	1 800.00\$
Frais de production	5 600.00\$
Total Coût client	142 997.27\$