



PAR COURRIEL

Québec, le 30 janvier 2026



N/Réf. DA34-20260114

Objet : Demande d'accès à l'information



Conformément à la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (RLRQ, chapitre A-2.1), ci-après « la Loi », je donne suite à votre demande d'accès reçue le 13 janvier dernier, laquelle se lit comme suit :

« « [...] Après les avoir consultés attentivement, certaines dépenses publiées continuent toutefois de soulever des questions au regard de l'objet précis de ma demande.

Plus particulièrement, les dépenses suivantes, diffusées par le ministère pour les années 2024 et 2025, m'amènent à solliciter des précisions supplémentaires quant à la nature exacte des campagnes et à leurs modes de diffusion :

- Cossette Média inc. – 7 579,00 \$
Campagne Jour du Drapeau – Mandat Internet (2025-03-31)
- Cossette Média inc. – 1 590,00 \$
Campagne Jour du Drapeau – Mandat Internet (2025-03-31)
- Cossette Média inc. – 57 245,00 \$
Campagne de promotion et de valorisation de la langue française – Média Internet (2025-03-31)
- Cossette Média inc. – 5 850,00 \$
Campagne de promotion et de valorisation de la langue française – Frais de mise en ligne (2025-03-31)
- Cossette Media inc. – 4 986,20 \$
Agence de placement média – Campagne Appel de candidatures – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)

...2

- Cossette Media inc. – 1 350,00 \$
Agence de placement média – Campagne Appel de candidatures (AP-24-111) – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)
- Cossette Media inc. – 212,00 \$
Agence de placement média – Campagne Appel de candidatures (AP-24-111) – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)
- Cossette Media inc. – 1 578,34 \$
Agence de placement média – Campagne Appel de candidatures (AP-24-111) – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)
- Cartier Communications – 408 316,70 \$
Publicité traditionnelle – Campagne « Ça » (2024-07-01)
- Cossette Média inc. – 1 800,00 \$
Mise en place de la campagne / Frais de mise en ligne (2024-01-16)

Pour ces dépenses, je souhaite savoir, lorsque cette information existe dans les documents détenus par le ministère :

- quels étaient les canaux précis de diffusion (plateformes numériques, médias traditionnels, médias sociaux, etc.) ;
- si les campagnes qualifiées de « médias Internet », de « placement média » ou de « mise en ligne » incluaient ou non des collaborations avec des créateurs de contenu ou influenceurs ;
- et, de façon plus générale, la ventilation entre médias numériques et médias traditionnels pour ces campagnes. »

Je vous transmets donc une copie des données détenues par le ministère correspondant à votre demande. La communication de ces informations est conforme aux dispositions de la Loi sur l'accès.

Conformément à l'article 51 de la Loi, vous pouvez demander à la Commission d'accès à l'information du Québec de réviser cette décision, et ce, dans les trente jours suivant la date de la présente lettre. Vous trouverez de plus amples informations à l'adresse suivante :

[Citoyens | Commission d'accès à l'information du Québec](#)

Nous vous prions d'agréer, [REDACTED], nos sincères salutations.

La responsable de l'accès aux documents,

[REDACTED]

Marylaine Chaussé

MINISTÈRE DE LA LANGUE FRANÇAISE

- **Cossette Média inc.** – 7 579,00 \$

Campagne *Jour du Drapeau* – Mandat Internet (2025-03-31)

- Canaux de diffusion utilisés : plateformes numériques
- Plateformes ou médias utilisés : La Presse +
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Média inc.** – 1 590,00 \$

Campagne *Jour du Drapeau* – Mandat Internet (2025-03-31)

- Canaux de diffusion utilisés : plateformes numériques
- Plateformes ou médias utilisés : Radio-Canada
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Média inc.** – 57 245,00 \$

Campagne de promotion et de valorisation de la langue française – Média Internet (2025-03-31)

- Canaux de diffusion utilisés : plateformes numériques
- Plateformes ou médias utilisés : Facebook et Tik Tok
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : Oui, partenariat avec des créateurs de contenu pour ce volet.
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Média inc.** – 5 850,00 \$

Campagne de promotion et de valorisation de la langue française – Frais de mise en ligne (2025-03-31)

- Canaux de diffusion utilisés : N/A – frais de mise en ligne
- Plateformes ou médias utilisés : N/A
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Media inc.** – 4 986,20 \$
 Agence de placement média – Campagne *Appel de candidatures* – *Prix de valorisation de la langue française* (2024-06-07)
 - Canaux de diffusion utilisés : plateformes numériques
 - Plateformes ou médias utilisés : sites québécois, LinkedIn, Radio-Unie
 - Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
 - L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Media inc.** – 1 350,00 \$
 Agence de placement média – Campagne *Appel de candidatures (AP-24-111)* – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)
 - Canaux de diffusion utilisés : N/A – frais de mise en ligne
 - Plateformes ou médias utilisés : N/A
 - Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
 - L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Media inc.** – 212,00 \$
 Agence de placement média – Campagne *Appel de candidatures (AP-24-111)* – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)
 - Canaux de diffusion utilisés : plateformes numériques
 - Plateformes ou médias utilisés : sites québécois et Fédération professionnelle des journalistes du Québec
 - Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
 - L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Media inc.** – 1 578,34 \$
 Agence de placement média – Campagne *Appel de candidatures (AP-24-111)* – Prix de valorisation de la langue française (2024-06-07)
 - Canaux de diffusion utilisés : plateformes numériques

- Plateformes ou médias utilisés : sites québécois et La Presse +
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cartier Communications** – 408 316,70 \$

Publicité traditionnelle – Campagne « Ça » (2024-07-01)

- Canaux de diffusion utilisés : N/A – honoraires production
- Plateformes ou médias utilisés : N/A
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française

- **Cossette Média inc.** – 1 800,00 \$

Mise en place de la campagne / Frais de mise en ligne (2024-01-16)

- Canaux de diffusion utilisés : N/A – frais de mise en ligne
- Plateformes ou médias utilisés : N/A
- Si certaines campagnes impliquaient des tiers rémunérés, incluant des créateurs de contenu, influenceurs ou partenaires éditoriaux : N/A
- L'organisme bénéficiaire réel lorsqu'un tiers, tel que le CAG, agit comme gestionnaire contractuel : Ministère de la Langue française