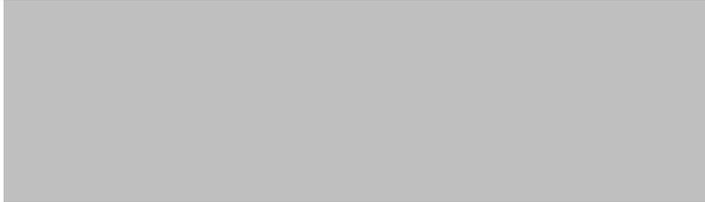


PAR COURRIEL

Québec, le 14 septembre 2021



Objet : Demande d'accès à des documents
N° référence : DA-2021-2022-09



Nous donnons suite à votre correspondance reçue le 16 août 2021, dans laquelle vous nous formulez la demande suivante :

«[...] Depuis le 31 mars 2021, nous souhaitons obtenir :

- Liste des campagnes publicitaires du gouvernement du Québec, préciser celles en avec la COVID-19, identifier les personnalités publiques associées à chacune d'elles;
- Tout montant (cachets, dédommagement, etc.) versé à une personnalité publique, un groupe ou une personne pour sa participation à une campagne publicitaire du gouvernement, préciser celles en avec la COVID-19. Si aucun montant ou cachet n'a été versé directement à l'un d'eux, préciser.
- Tout budget associé à une campagne publicitaire du gouvernement du Québec, préciser celles en lien avec la COVID-19;
- Tout contrat associé à une campagne publicitaire du gouvernement du Québec, préciser celles en lien avec la COVID-19;
- Plan de placement média de toutes campagnes publicitaires du gouvernement du Québec, préciser celles en avec la COVID-19. [...]

...2

À la suite des recherches effectuées afin de donner suite à cette demande, nous vous transmettons, quant aux éléments numéros 1, 3 et 5 de celle-ci, la liste des campagnes publicitaires du gouvernement du Québec, notamment en lien avec la COVID-19, le budget ainsi que le plan de placement média pour chacune d'elles.

En ce qui a trait au second élément de votre demande, au-delà du fait que la demande est imprécise, notamment quant à l'expression « personnalité publique », les renseignements demandés constituent des renseignements personnels confidentiels au sens de l'article 53, 54 et 56 de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (RLRQ, chapitre A-2.1) (ci-après : « Loi sur l'accès »). Par conséquent, l'accès aux documents contenant ces renseignements doit vous en être refusé conformément au paragraphe 3^o du premier alinéa de l'article 47 de la Loi sur l'accès.

Quant au 4^e élément de votre demande, nous vous informons, conformément à l'article 13 de la Loi sur l'accès, que des documents sont accessibles sur le site électronique d'appel d'offres du gouvernement, ci-après désigné « SEAO », à l'adresse suivante : <https://www.seao.ca/>, sous le numéro 999109677. Par ailleurs, vous trouverez en pièces jointes d'autres documents en réponse à cet élément de votre demande soit les contrats ayant été conclus par le Centre d'acquisitions gouvernementales entre le 31 mars 2021 et le 16 août 2021. Toutefois, nous avons dû caviarder certains renseignements contenus dans ces documents, conformément aux articles 23, 24, 53 et 54 de la Loi sur l'accès.

Nous vous informons en terminant que vous pouvez demander la révision de cette décision auprès de la Commission d'accès à l'information. Vous trouverez, en pièce jointe, une note explicative concernant l'exercice de ce recours ainsi que le libellé des articles précités.

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

Original signé

Michèle Durocher, avocate
Responsable de l'accès aux documents
et de la protection des renseignements personnels

p. j. 5

**Investissements regroupement des achats du gouvernement du Québec
31 mars au 16 août 2021**

En dollars net
Excluant les frais de production, honoraires

Données en date du 26 août 2021

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	AGENCE DU REVENU DU QUEBEC	ATTESTATION SECTEUR ENTRETIEN	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	2 790 \$	0 \$	0 \$	2 790 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	2 790 \$	0 \$	0 \$	2 790 \$
		CRYPTOMONNAIE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	-63 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-63 \$
				0 \$	-63 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-63 \$
		REVENU QC CONFORMITE FISCALE	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	8 958 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 958 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	62 530 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	62 530 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	94 152 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	94 152 \$
				0 \$	165 639 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	165 639 \$
		TRANSACTION TITRE MARCHE BOURS	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	3 982 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 982 \$
				0 \$	3 982 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 982 \$
		TRANSACTION TITRE	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
		PROGRAMME ACCOMPAGNEMENT	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	1 961 \$	5 527 \$	5 349 \$	5 527 \$	5 527 \$	23 893 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	14 700 \$	83 800 \$	30 000 \$	0 \$	0 \$	128 500 \$
				0 \$	16 661 \$	89 327 \$	35 349 \$	5 527 \$	5 527 \$	152 393 \$
		RENOVATION RESIDENTIELLE	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 832 \$	0 \$	7 832 \$
			MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 611 \$	9 074 \$	16 685 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	77 334 \$	13 000 \$	90 334 \$
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	92 777 \$	22 074 \$	114 851 \$		
ASSEMBLEE NATIONALE DU QUEBEC	TABLE CITOYENNE REFORME PARLEM	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS		0 \$	4 174 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 174 \$
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	4 870 \$	2 043 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 913 \$
				0 \$	9 044 \$	2 043 \$	0 \$	0 \$	0 \$	11 087 \$
LOI, SOINS DE FIN DE VIE	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 667 \$	0 \$	10 667 \$
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 000 \$	0 \$	3 000 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 667 \$	0 \$	13 667 \$
AUTORITE DES MARCHES FINANCIERS	LES TALENTUEUSES 2021	MANDAT INTERNET TABLETTE		0 \$	0 \$	3 203 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 203 \$
				0 \$	0 \$	3 203 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 203 \$
	CAMPAGNE FB	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	4 964 \$	2 403 \$	0 \$	0 \$	7 367 \$
				0 \$	0 \$	4 964 \$	2 403 \$	0 \$	0 \$	7 367 \$
	PUBLIREPORTAGE JOURNAL L'ASSUR	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE		0 \$	0 \$	0 \$	4 980 \$	0 \$	0 \$	4 980 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	4 980 \$	0 \$	0 \$	4 980 \$
PUB LAPRESSE SECTION AFFAIRES	MANDAT INTERNET TABLETTE		0 \$	0 \$	3 203 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 203 \$	
		0 \$	0 \$	3 203 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 203 \$		
AMF SADC JUILLET	MANDAT INTERNET INTERNET		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 684 \$	3 683 \$	7 367 \$	
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 684 \$	3 683 \$	7 367 \$	

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	AUTORITE DES MARCHES FINANCIERS AUTORITE REGIONAL TRANSPORT METROPOLITAI	CHRONO 2021	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	2 122 \$	2 193 \$	2 122 \$	2 193 \$	2 193 \$	10 824 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	927 \$	927 \$	927 \$	927 \$	927 \$	4 636 \$
				0 \$	3 050 \$	3 120 \$	3 050 \$	3 120 \$	3 120 \$	15 460 \$
	MODES ACTIFS	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	77 507 \$	62 507 \$	9 452 \$	0 \$	149 466 \$	
			0 \$	0 \$	3 000 \$	43 750 \$	25 500 \$	0 \$	72 250 \$	
			0 \$	0 \$	80 507 \$	106 257 \$	34 952 \$	0 \$	221 716 \$	
	ARTM REFERENCEMENT	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	959 \$	992 \$	1 025 \$	1 025 \$	4 000 \$	
			0 \$	0 \$	959 \$	992 \$	1 025 \$	1 025 \$	4 000 \$	
			0 \$	0 \$	959 \$	992 \$	1 025 \$	1 025 \$	4 000 \$	
	RENCONTRE D'INFOS-REFONTE TARI	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	11 443 \$	0 \$	0 \$	0 \$	11 443 \$	
			0 \$	0 \$	11 443 \$	0 \$	0 \$	0 \$	11 443 \$	
			0 \$	0 \$	11 443 \$	0 \$	0 \$	0 \$	11 443 \$	
	PLAN MEDIA CAMPAGNE GRATUITE E	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 241 \$	13 000 \$	30 241 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 241 \$	13 000 \$	30 241 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 241 \$	13 000 \$	30 241 \$	
	ARTM REFONTE TARIFAIRE	MANDAT IMP HEBDOS REGION MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	11 471 \$	0 \$	0 \$	11 471 \$	
			0 \$	0 \$	73 \$	2 189 \$	2 262 \$	2 262 \$	6 785 \$	
			0 \$	0 \$	5 200 \$	17 798 \$	0 \$	17 856 \$	40 854 \$	
			0 \$	0 \$	5 273 \$	31 457 \$	2 262 \$	20 118 \$	59 109 \$	
	PROMOTION DES TITRES ILLIMITES	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	365 \$	1 884 \$	2 248 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 651 \$	15 149 \$	18 800 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 015 \$	17 033 \$	21 048 \$	
	BIB ARCH NAT DU QC DIR RESS FINANCIERE	POSRTTE VOIX DEVELOPPEMENT DURAB	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	5 968 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 968 \$
				0 \$	5 968 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 968 \$
	VIVE VOIX	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	4 080 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 080 \$	
			0 \$	0 \$	4 080 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 080 \$	
		0 \$	0 \$	4 080 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 080 \$		
BANQ FRAGMENTS DHISTOIRE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	4 500 \$	4 500 \$	0 \$	9 000 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	4 500 \$	4 500 \$	0 \$	9 000 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	4 500 \$	4 500 \$	0 \$	9 000 \$		
BUREAU AUDIENCES PUBLIQUES ENVIRONNEMENT	LETAT DES LIEUX GESTION RESIDU	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	51 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	51 \$	
			0 \$	51 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	51 \$	
	TECHNIQUE BURY	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	100 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	100 \$	
			0 \$	100 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	100 \$	
			0 \$	100 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	100 \$	
	AGRANDISSEMENT BURY	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	128 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	128 \$	
			0 \$	128 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	128 \$	
			0 \$	128 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	128 \$	
	RECONSTRUCTION PONT ILES AUX T	MANDAT INTERNET INTERNET	9 \$	133 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	142 \$	
			9 \$	133 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	142 \$	
		9 \$	133 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	142 \$		
ETAT DES LIEUX GESTION RESIDUS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	83 \$	200 \$	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$		
		0 \$	83 \$	200 \$	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$		
		0 \$	83 \$	200 \$	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$		
ETAT DES LIEUX GESTION RESIDUS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	283 \$	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$		
		0 \$	0 \$	283 \$	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$		
		0 \$	0 \$	283 \$	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$		
LETAT DES LIEUX GESTION RESIDU	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	150 \$	0 \$	0 \$	150 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	150 \$	0 \$	0 \$	150 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	150 \$	0 \$	0 \$	150 \$		
CNESST - COMM NORMES EQUITES SECURITE	CAMPAGNE PUB EQUITE SALARIAL	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	8 191 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 191 \$	

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	CNESST - COMM NORMES EQUITÉS SECURITE			0 \$	8 191 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 191 \$
		LES GRANDES RENCONTRES CNESST	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	4 968 \$	1 944 \$	0 \$	0 \$	6 913 \$
				0 \$	0 \$	4 968 \$	1 944 \$	0 \$	0 \$	6 913 \$
		CNESST NORMES TRAVAIL 2021	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	5 276 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 276 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	46 954 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	46 954 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	107 658 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	107 658 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	5 538 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 538 \$
				0 \$	165 426 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	165 426 \$
		CNESST - JOUR DE DEUIL 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	16 661 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 661 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	78 166 \$	13 909 \$	0 \$	0 \$	0 \$	92 074 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	5 182 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 182 \$
				0 \$	100 009 \$	13 909 \$	0 \$	0 \$	0 \$	113 917 \$
		STRATEGIE CNESST	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	4 080 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 080 \$
				0 \$	0 \$	4 080 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 080 \$
		CAMPAGNE JEUNESSE 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	15 200 \$	16 362 \$	0 \$	33 220 \$	64 783 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	28 208 \$	56 416 \$	0 \$	51 771 \$	136 395 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	4 556 \$	0 \$	3 037 \$	7 593 \$
				0 \$	0 \$	43 409 \$	77 334 \$	0 \$	88 028 \$	208 771 \$
		CNESST SECTEUR CONSTRUCTION	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	25 988 \$	0 \$	19 805 \$	45 793 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	101 757 \$	0 \$	60 300 \$	162 057 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	9 335 \$	0 \$	0 \$	9 335 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	137 079 \$	0 \$	80 105 \$	217 184 \$
		CNESST GRAND PRIX CNESST	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	3 978 \$	0 \$	0 \$	3 978 \$
			MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	272 \$	0 \$	1 073 \$	1 346 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	3 500 \$	0 \$	3 500 \$	7 000 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 660 \$	2 821 \$	5 481 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	507 \$	543 \$	1 051 \$
		0 \$	0 \$	0 \$	7 750 \$	3 168 \$	7 938 \$	18 855 \$		
STRAT POSITIONNEMENT CNESST	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	321 \$	803 \$	1 124 \$		
	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	1 508 \$	2 508 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 321 \$	2 311 \$	3 632 \$		
CONSEIL STATUT DE LA FEMME COMMUNICATION	PORTRAIT QUEBECOISE FEMMES ECO	0 \$	1 200 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 200 \$		
		0 \$	1 200 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 200 \$		
PORTRAIT QUEBECOISE	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	355 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	355 \$		
		0 \$	355 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	355 \$		
BALADOS COUSINES	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$		
CURATEUR PUBLIC DU QUEBEC COMMUNICATIONS	PROTEGER LES PERSONNE VULNERAB	0 \$	0 \$	0 \$	129 226 \$	61 633 \$	0 \$	190 859 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	129 226 \$	61 633 \$	0 \$	190 859 \$		
EPARGNE PLACEMENTS QUEBEC	EPARGNE PLACEMENTS QC	0 \$	0 \$	10 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 000 \$		
	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	5 905 \$	-5 \$	0 \$	0 \$	5 900 \$		
	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	17 962 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 962 \$		
		0 \$	0 \$	33 867 \$	-5 \$	0 \$	0 \$	33 862 \$		
FINANCIERE AGRICOLE DU QUEBEC	CAMPAGNE 2021 TCN-FRAQASSANT	0 \$	2 840 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 840 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	FINANCIERE AGRICOLE DU QUEBEC			0 \$	2 840 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 840 \$
		RECONNAISSANCE MIELLERIE KING	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	858 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	858 \$
				0 \$	858 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	858 \$
		PUB RECONN BERGERIE INNOVIN	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	679 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	679 \$
				0 \$	679 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	679 \$	
		INFORM-AFFAIRE SPECIAL AGRICUL	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	820 \$	0 \$	820 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	820 \$	0 \$	820 \$	
	INSTITUT DE TOURISME ET HOTELIERIE DU QC	PROMO RELANCE 100 ACCUILLANT	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	
	INVESTISSEMENT QUEBEC	PRE LANCEMENT	MANDANT INTERNET TABLETTE	0 \$	6 815 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 815 \$	
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	5 005 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 005 \$	
					0 \$	11 820 \$	0 \$	0 \$	0 \$	11 820 \$	
			DOSSIER COMPETIVERT LES AFFAIR	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	5 784 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 784 \$
				MANDAT INTERNET INTERNET	9 500 \$	2 350 \$	6 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	18 350 \$
					9 500 \$	8 134 \$	6 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	24 134 \$
			INTERNATIONAL BATTERIE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	3 000 \$	3 500 \$	3 500 \$	0 \$	0 \$	10 000 \$
					0 \$	3 000 \$	3 500 \$	3 500 \$	0 \$	0 \$	10 000 \$
			AVIS NOMIN KARINE NOEL	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	1 588 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 588 \$
					0 \$	1 588 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 588 \$
		AVIS NOMIN NANCY LEFEBVRE	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	2 530 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 530 \$	
				0 \$	0 \$	2 530 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 530 \$	
		AVIS NOMIN SYLVAIN GENDRON	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	3 549 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 549 \$	
				0 \$	0 \$	3 549 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 549 \$	
		TRANSFORMATION NUMERIQUE	MANDANT INTERNET TABLETTE	0 \$	0 \$	500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	500 \$	
			MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	3 729 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 729 \$	
				0 \$	0 \$	4 229 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 229 \$	
	MI ENVIRO ET LUTTE CHANGEMENT CLIMAT	TRAVERSE SOREL LOYOLA	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	1 017 \$	1 017 \$	1 017 \$	1 017 \$	509 \$	4 577 \$	
				0 \$	1 017 \$	1 017 \$	1 017 \$	1 017 \$	509 \$	4 577 \$	
			MAGAZINE 3RVE	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	5 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$
					0 \$	5 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$
			PLAN POUR UNE ECONOMIE VERTE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	2 714 \$	73 333 \$	0 \$	0 \$	76 047 \$
				MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	328 140 \$	0 \$	0 \$	328 140 \$
				MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	0 \$	0 \$	20 944 \$	0 \$	0 \$	20 944 \$
					0 \$	0 \$	2 714 \$	422 417 \$	0 \$	0 \$	425 131 \$
			MELCC AVENIR DU LAC ST-PIERRE	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	23 575 \$	23 575 \$
				MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 243 \$	10 243 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	33 818 \$	33 818 \$	
		MELCC - MYRIOPHYLLE A EPIS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 267 \$	2 267 \$	4 533 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 267 \$	2 267 \$	4 533 \$	
		TON CLICHE EN VEDETTE MEDIAS S	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 250 \$	750 \$	3 000 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 250 \$	750 \$	3 000 \$	

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MI ENVIRO ET LUTTE CHANGEMENT CLIMAT MIFI MINISTERE IMMIGRATION FRANCISATION	FRANCISATION	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	8 524 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 524 \$	
				8 524 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 524 \$	
		JOURNEE QC ETATS UNIS	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$ 0 \$	1 368 \$ 17 232 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	1 368 \$ 17 232 \$	
				0 \$	18 600 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	18 600 \$	
		JOURNEES QC FRANCE	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$ 0 \$	5 335 \$ 11 376 \$	7 409 \$ 36 218 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	12 744 \$ 47 594 \$	
				0 \$	16 711 \$	43 627 \$	0 \$	0 \$	0 \$	60 338 \$	
		FRANCISATION PRINTEMPS	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$ 0 \$	13 394 \$ 53 207 \$	30 258 \$ 37 249 \$	0 \$ 18 008 \$	0 \$ 18 012 \$	0 \$ 0 \$	43 651 \$ 126 476 \$	
				0 \$	66 600 \$	67 507 \$	18 008 \$	18 012 \$	0 \$	170 127 \$	
		JOURNEE QC FR PHASE 2	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	1 810 \$ 13 360 \$ 7 906 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	1 810 \$ 13 360 \$ 7 906 \$	
				0 \$	0 \$	23 076 \$	0 \$	0 \$	0 \$	23 076 \$	
		JOURNEE QC TRANSPORT ROUTIER	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	2 000 \$	2 000 \$	0 \$	0 \$	4 000 \$	
				0 \$	0 \$	2 000 \$	2 000 \$	0 \$	0 \$	4 000 \$	
		FRANCISATION FIERS DE PARLER F	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 474 \$	4 474 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 474 \$	4 474 \$	
		JOURNEES QC TRANSPORT ROUTIER	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 485 \$	1 485 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 485 \$	1 485 \$	
		MIN AGRICULTURE PECHERIES ALIMENTATION	PRIX RELEVÉ AGRICOLE 2021	MANDAT IMP HEBDOS REGION MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$ 0 \$	500 \$ 2 844 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	500 \$ 2 844 \$
					0 \$	3 344 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 344 \$
	INTEGRATION MORDU		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	14 945 \$	13 388 \$	0 \$	0 \$	28 333 \$	
				0 \$	0 \$	14 945 \$	13 388 \$	0 \$	0 \$	28 333 \$	
	GRILLES FERTILISATION		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	643 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	643 \$	
				0 \$	643 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	643 \$	
	GUIDE AGRICULTURE URBAINE		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	1 417 \$	1 417 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$	
				0 \$	0 \$	1 417 \$	1 417 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$	
	DEMEMAGEMENT ANIMAUX		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	1 228 \$	0 \$	0 \$	1 228 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	1 228 \$	0 \$	0 \$	1 228 \$	
	ACHAT LOCAL PANIERS ASC		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	1 889 \$	0 \$	0 \$	1 889 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	1 889 \$	0 \$	0 \$	1 889 \$		
DEFI 12 DOLLAR	MANDAT INTERN ACHAT MOTS CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	2 583 \$ 0 \$	3 080 \$ 33 750 \$	5 663 \$ 33 750 \$			
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 583 \$	36 830 \$	39 413 \$			
ACTION PREVENTION AGROALIMENTA	MANDAT IMP HEBDOS REGION MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	1 425 \$ 1 186 \$ 3 980 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	1 425 \$ 1 186 \$ 3 980 \$			
		0 \$	0 \$	0 \$	6 591 \$	0 \$	0 \$	6 591 \$			

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MIN AGRICULTURE PECHERIES ALIMENTATION	MARCHES PUBLICS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 889 \$	0 \$	1 889 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 889 \$	0 \$	1 889 \$
		CARTE INTERACTIVE MARCHÉ PUBLI	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 417 \$	1 417 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 417 \$	1 417 \$
	MIN CONSEIL EXECUTIF SEC COMM GOUV MCEPM	BOOST PM VACCINATION	MANDAT INTERNET INTERNET	4 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 000 \$
					4 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
		RESTRICTIONS TEMPORAIRE PAQUES	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	4 250 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 250 \$
				0 \$	4 250 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 250 \$
		BOOST 2 CONSULTATION FRANCO	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	1 181 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 181 \$
				0 \$	1 181 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 181 \$
		BOOST PM POLITIQUE PROCHES AID	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	472 \$	472 \$	0 \$	0 \$	0 \$	944 \$
				0 \$	472 \$	472 \$	0 \$	0 \$	0 \$	944 \$
		JEUX OLYMPIQUES TOKYO 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	24 859 \$ 29 636 \$	23 609 \$ 171 908 \$	48 467 \$ 201 544 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	54 494 \$	195 517 \$	250 011 \$
		ENTENTE ENSEIGNANTS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	4 250 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 250 \$
				0 \$	0 \$	4 250 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 250 \$
		NEGOS SECTEUR PUBLIC	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	17 941 \$ 120 093 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	17 941 \$ 120 093 \$
				0 \$	0 \$	138 034 \$	0 \$	0 \$	0 \$	138 034 \$
		REPERTOIRE DES COMM AUTOCHTONE	MANDAT IMPRIME-REVUE/MAG	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 790 \$	1 790 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 790 \$	1 790 \$
		ONQ 2021 POST CEREMONIE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS MANDAT INTERNET TABLETTE	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	1 700 \$ 12 678 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	1 700 \$ 12 678 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	14 378 \$	0 \$	0 \$	14 378 \$
		ESPACES BLEUS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$
		MCE J. N. PEUPLES AUTOCHTONES	MANDAT RADIO AUTOCHTONE MANDAT RADIO COMMERCIALE MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	2 801 \$ 1 282 \$ 2 481 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$ 0 \$	2 801 \$ 1 282 \$ 2 481 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	6 563 \$	0 \$	0 \$	6 563 \$
		BOOST BQT CONCOURS DECOUVERTES	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	142 \$	0 \$	0 \$	142 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	142 \$	0 \$	0 \$	142 \$
		VIDEOS PLAN ACTION JEUNESSES	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 401 \$	0 \$	4 401 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 401 \$	0 \$	4 401 \$
		FETE NATIONALE DES ACADIENS	MANDAT IMPRIME HORS QUEBEC MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	2 025 \$ 102 \$	2 025 \$ 102 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 127 \$	2 127 \$
		MCE LOI DIV. RENSEIGNEMENTS	MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 605 \$	6 605 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 605 \$	6 605 \$
	MIN CULTURE COMMUNICATIONS	MISSION DECOUVRABILITE EN LIGN	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	566 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	566 \$

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						Somme de total
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	août 2021	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MIN CULTURE COMMUNICATIONS			0 \$	566 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	566 \$
		PERSONNE RESSOURCES INTEGRATIO	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	300 \$	236 \$	0 \$	0 \$	537 \$
				0 \$	0 \$	300 \$	236 \$	0 \$	0 \$	537 \$
		RELANCE CULTURELLE	MANDAT CINEMA CINEMA	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	6 132 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 132 \$
			MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	19 690 \$	0 \$	0 \$	0 \$	19 690 \$
			0 \$	0 \$	25 822 \$	0 \$	0 \$	0 \$	25 822 \$	
	MIN DE ENERGIE ET RESSOURCES NATURELLES	MINERAUX CRITIQUES STRATEGIQUE	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	300 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	300 \$
				0 \$	300 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	300 \$
		MINERAUX CRITIQUES ET STRAT	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	8 829 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 829 \$
				8 829 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 829 \$
		RENOCLIMAT GUIDE DU PATRIMOINE	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	5 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$
				0 \$	5 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$
		PLAN DE COMM PSPGNR	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	1 250 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 250 \$
				0 \$	1 250 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 250 \$
		ECOPERFORMANCE	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	2 975 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 975 \$
				0 \$	0 \$	2 975 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 975 \$
		EXEMPLARITE DE L'ETAT	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 500 \$	2 500 \$
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 500 \$	2 500 \$	
	OCCUPANTS SANS DROITS	MANDAT IMP HEBDOS REGION		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	21 898 \$	21 898 \$
		MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 783 \$	5 783 \$
		MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 300 \$	1 300 \$
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 893 \$	10 893 \$
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	39 874 \$	39 874 \$	
MIN DES FORETS DE LA FAUNE ET DES PARCS	BIODIVERSITE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	260 \$	110 \$	0 \$	0 \$	0 \$	370 \$	
			0 \$	260 \$	110 \$	0 \$	0 \$	0 \$	370 \$	
	CONSERVATION BIODIVERSITE	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	4 110 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 110 \$	
			0 \$	4 110 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 110 \$	
	RAGE DU RATON-LAVEUR	MANDAT IMP HEBDOS REGION		0 \$	0 \$	0 \$	5 034 \$	0 \$	0 \$	5 034 \$
		MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS		0 \$	0 \$	0 \$	597 \$	0 \$	0 \$	597 \$
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 314 \$	2 314 \$
		MANDAT RADIO COMMERCIALE		0 \$	0 \$	0 \$	7 798 \$	0 \$	0 \$	7 798 \$
		MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE		0 \$	0 \$	0 \$	2 971 \$	0 \$	0 \$	2 971 \$
			0 \$	0 \$	0 \$	16 400 \$	0 \$	2 314 \$	18 714 \$	
PECHE ETE 2021	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE		0 \$	0 \$	0 \$	1 811 \$	5 614 \$	5 252 \$	12 678 \$	
	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	36 599 \$	32 975 \$	23 775 \$	93 349 \$	
	MANDAT TELEVISION COMMERCIALE		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	157 477 \$	42 050 \$	199 528 \$	
	MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 664 \$	1 258 \$	7 922 \$	
		0 \$	0 \$	0 \$	38 410 \$	202 731 \$	72 336 \$	313 476 \$		
MIN RELATIONS INT. FRANCO COM EXTERIEUR	LANCEMENT STRATEGIE MARQUE QC	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	46 554 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	46 554 \$	
			0 \$	46 554 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	46 554 \$	
	PARTENARIAT JOURNAL LESAFFAIRE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	583 \$	583 \$	583 \$	1 750 \$	
		0 \$	0 \$	0 \$	583 \$	583 \$	583 \$	1 750 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MIN RELATIONS INT. FRANCO COM EXTERIEUR	AUTOROUTE 185	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	1 349 \$	0 \$	0 \$	1 349 \$	
		MIN TRANSPORT BAS ST LAURENT GASPESIE		0 \$	0 \$	0 \$	1 349 \$	0 \$	0 \$	1 349 \$	
		INTERSECTION RIMOUSKI	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	896 \$	0 \$	896 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	896 \$	0 \$	896 \$	
	MIN TRANSPORT MOBILITE ELECTRIFICATION	MTQ TRAVAUX PONT LAVIOLETTE	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	3 245 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 245 \$	
				0 \$	3 245 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 245 \$	
	MIN TRANSPRT DIR COMM.PROJET ROUTIER MTL	CONSULTATION METROPOLITAINE	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 423 \$	0 \$	1 423 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 423 \$	0 \$	1 423 \$	
		LANCEMENT TUNNEL LHLF	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 251 \$	0 \$	1 251 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 251 \$	0 \$	1 251 \$	
		ENTRAVES MAJEURES TUNNEL LOUIS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	142 \$	142 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	142 \$	142 \$	
	MINI SANTE ET SERV SOCIAUX COMMUNICATION	CAMPAGNE COVID-19 PHASE 6	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	
					0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	
			SENSIBILISATION CANNABIS	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	4 307 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 307 \$
					4 307 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 307 \$
			COVID PHASE 11	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	13 782 \$	234 294 \$	0 \$	-130 \$	0 \$	0 \$	247 946 \$
					13 782 \$	234 294 \$	0 \$	-130 \$	0 \$	0 \$	247 946 \$
			COVID PHASE 11	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	58 520 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	58 520 \$
					0 \$	58 520 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	58 520 \$
			COVID 1ER MARS'21 ET +	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
					0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
			COVID 1ER MARS'21 ET +	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
					0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
			COVID 1ER MARS'21 ET +	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	
		MSSS COVID-19 PHASE 12	MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	363 286 \$	90 822 \$	0 \$	0 \$	0 \$	454 108 \$	
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	2 621 071 \$	709 929 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 331 000 \$	
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	646 928 \$	167 345 \$	0 \$	0 \$	0 \$	814 273 \$	
				0 \$	3 631 285 \$	968 095 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 599 380 \$	
		MSSS COVID-19 PHAS 12-13-14-15	MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	1 367 319 \$	1 736 483 \$	1 135 998 \$	1 155 618 \$	682 152 \$	6 077 570 \$	
			MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	108 120 \$	135 150 \$	98 294 \$	99 688 \$	78 472 \$	519 724 \$	
				0 \$	1 475 439 \$	1 871 633 \$	1 234 292 \$	1 255 306 \$	760 624 \$	6 597 294 \$	
		COVID PHASE 12	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	84 835 \$	87 691 \$	85 715 \$	31 429 \$	0 \$	289 670 \$	
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	1 819 808 \$	1 850 079 \$	1 970 719 \$	411 689 \$	0 \$	6 052 295 \$	
				0 \$	1 904 643 \$	1 937 770 \$	2 056 434 \$	443 117 \$	0 \$	6 341 965 \$	
		COVID 29 MARS'21 ET +	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	1 044 523 \$	1 189 866 \$	1 062 349 \$	1 126 726 \$	457 808 \$	4 881 272 \$	
				0 \$	1 044 523 \$	1 189 866 \$	1 062 349 \$	1 126 726 \$	457 808 \$	4 881 272 \$	
		COVID 29 MARS'21 ET +	MANDAT IMP HEBDOS REGION	462 167 \$	2 630 993 \$	2 553 744 \$	652 999 \$	0 \$	0 \$	6 299 904 \$	
			MANDAT IMPRIME COMMUNAUTAIRE	21 185 \$	230 228 \$	206 683 \$	34 826 \$	0 \$	0 \$	492 922 \$	

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MINI SANTE ET SERV SOCIAUX COMMUNICATION	COVID 29 MARS'21 ET +	MANDAT IMPRIME ETHNIQUE	0 \$	203 968 \$	181 741 \$	24 839 \$	0 \$	0 \$	410 548 \$
				483 352 \$	3 065 189 \$	2 942 168 \$	712 664 \$	0 \$	0 \$	7 203 374 \$
		COVID PHASE 12	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	420 005 \$	468 893 \$	339 349 \$	340 068 \$	117 284 \$	1 685 599 \$
				0 \$	420 005 \$	468 893 \$	339 349 \$	340 068 \$	117 284 \$	1 685 599 \$
		COVID 29 MARS'21 ET +	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	89 095 \$	101 328 \$	103 323 \$	65 525 \$	39 378 \$	398 648 \$
				0 \$	89 095 \$	101 328 \$	103 323 \$	65 525 \$	39 378 \$	398 648 \$
		MSSS COVID-19 PHASE 13	MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	363 286 \$	90 822 \$	0 \$	0 \$	454 108 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	2 681 458 \$	622 167 \$	0 \$	0 \$	3 303 625 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	663 419 \$	163 359 \$	0 \$	0 \$	826 777 \$
				0 \$	0 \$	3 708 163 \$	876 347 \$	0 \$	0 \$	4 584 510 \$
		MSSS COVID-19 PHASE 14	MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	0 \$	237 203 \$	184 023 \$	0 \$	421 226 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	1 945 636 \$	1 294 341 \$	0 \$	3 239 977 \$
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	497 685 \$	331 169 \$	0 \$	828 854 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	2 680 524 \$	1 809 533 \$	0 \$	4 490 057 \$
		DEPISTAGE CANCER DE POU MON	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	121 \$	3 638 \$	3 760 \$	121 \$	7 641 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	10 652 \$	40 914 \$	17 723 \$	3 628 \$	72 917 \$
			MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	0 \$	32 881 \$	0 \$	0 \$	32 881 \$
				0 \$	0 \$	10 773 \$	77 433 \$	21 483 \$	3 749 \$	113 439 \$
		COVID 7 JUIN'21 ET +	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	2 488 201 \$	2 406 199 \$	1 089 954 \$	5 984 354 \$
			MANDAT IMPRIME COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	210 423 \$	138 739 \$	48 501 \$	397 663 \$
			MANDAT IMPRIME ETHNIQUE	0 \$	0 \$	0 \$	104 304 \$	228 688 \$	67 740 \$	400 733 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	2 802 929 \$	2 773 626 \$	1 206 195 \$	6 782 750 \$
		MSSS COVID-19 PHASES 16 ET 17	MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	198 801 \$	198 801 \$
			MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	26 792 \$	26 792 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	225 593 \$	225 593 \$
		MSSS COVID-19 PHASE 15	MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	181 643 \$	272 465 \$	454 108 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 262 262 \$	1 954 249 \$	3 216 511 \$
	MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	327 973 \$	492 515 \$	820 488 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 771 877 \$	2 719 229 \$	4 491 106 \$		
MSSS COVID-19 PHASE 16	MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	90 822 \$	90 822 \$		
	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	675 451 \$	675 451 \$		
	MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	166 820 \$	166 820 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	933 093 \$	933 093 \$		
COVID PHASE 15 ET 16	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	31 429 \$	44 118 \$	75 546 \$		
	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 351 800 \$	1 019 024 \$	2 370 825 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 383 229 \$	1 063 142 \$	2 446 371 \$		
CONSEIL SANTE	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	557 \$	1 727 \$	1 504 \$	3 787 \$		
	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	361 \$	1 000 \$	1 000 \$	2 361 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	918 \$	2 727 \$	2 504 \$	6 148 \$		
MSSS PREVENTION PIQUES 2021	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	219 \$	2 259 \$	2 259 \$	4 738 \$		
	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	6 700 \$	11 475 \$	12 540 \$	30 715 \$		
	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	71 218 \$	35 757 \$	106 975 \$		
	MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 636 \$	3 358 \$	6 994 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	6 919 \$	88 588 \$	53 914 \$	149 421 \$		
VOLET HERBE A POUX 2021	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 081 \$	1 138 \$	2 219 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MINI SANTE ET SERV SOCIAUX COMMUNICATION	VOLET HERBE A POUX 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 890 \$	0 \$	7 890 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 971 \$	1 138 \$	10 109 \$	
		CINEMA 18 34 ANS	MANDAT CINEMA CINEMA	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	246 439 \$	209 970 \$	456 409 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	246 439 \$	209 970 \$	456 409 \$		
		COVID 16 AOUT'21 ET +	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 850 \$	8 850 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 850 \$	8 850 \$	
	MINISTÈRE AFF MUNICIPALES ET HABITATION	ELECTIONS MUNICIPALES 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	-313 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-313 \$
				-313 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-313 \$
		MAGAZINE MONTREAL ECONOMIQUE	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	5 980 \$	0 \$	0 \$	5 980 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	5 980 \$	0 \$	0 \$	5 980 \$	
JE ME PRESENTE 2021		MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	40 338 \$	3 497 \$	0 \$	0 \$	43 835 \$		
		MANDAT IMPRIME COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	4 559 \$	463 \$	0 \$	0 \$	5 022 \$		
		MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	9 788 \$	0 \$	0 \$	0 \$	9 788 \$		
		MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	72 \$	2 145 \$	286 \$	0 \$	2 503 \$		
		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	6 004 \$	6 004 \$	6 004 \$	6 004 \$	6 004 \$	30 020 \$		
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	336 \$	32 299 \$	12 450 \$	0 \$	45 085 \$		
	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	28 501 \$	0 \$	0 \$	28 501 \$			
	MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	9 639 \$	0 \$	0 \$	9 639 \$			
		0 \$	6 004 \$	61 096 \$	82 549 \$	18 740 \$	6 004 \$	174 393 \$			
MON EMPRUNTE BLEUE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	17 235 \$	18 561 \$	22 881 \$	17 340 \$	76 017 \$			
		0 \$	0 \$	17 235 \$	18 561 \$	22 881 \$	17 340 \$	76 017 \$			
PISCINE RESIDENTIELLE	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	29 \$	881 \$	411 \$	0 \$	1 322 \$			
	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	15 024 \$	7 386 \$	5 921 \$	5 921 \$	34 253 \$			
		0 \$	0 \$	15 053 \$	8 268 \$	6 333 \$	5 921 \$	35 575 \$			
URBANISME DAMENAGEMENT DES TER	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 787 \$	10 787 \$			
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 787 \$	10 787 \$			
MINISTÈRE DE LA FAMILLE	SERVICE DE GARDE EDUCATIF LENF	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	4 481 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 481 \$		
			0 \$	0 \$	4 481 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 481 \$		
MINISTÈRE DE LA JUSTICE COMMUNICATIONS	MJQ - MEDIATION 2021	MANDAT INTERNET- ACHAT DE MOT	0 \$	0 \$	1 199 \$	2 569 \$	2 654 \$	2 654 \$	9 076 \$		
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	111 913 \$	134 903 \$	0 \$	0 \$	246 816 \$		
		MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	147 317 \$	76 462 \$	0 \$	0 \$	223 779 \$		
		MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	10 250 \$	5 694 \$	0 \$	0 \$	15 944 \$		
		0 \$	0 \$	270 678 \$	219 628 \$	2 654 \$	2 654 \$	495 615 \$			
MINISTÈRE DE LA SECURITE PUBLIQUE	MSP - PREP. AUX INONDATIONS P2	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	4 538 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 538 \$		
		MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	123 812 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	123 812 \$		
		MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	13 057 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 057 \$		
			0 \$	141 408 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	141 408 \$		
	CAPSULE PREVENTION INCENDIES	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	94 \$	94 \$	0 \$	0 \$	189 \$		
			0 \$	0 \$	94 \$	94 \$	0 \$	0 \$	189 \$		
	MSP RECRUTEMENT POLICIER	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	10 684 \$	0 \$	0 \$	10 684 \$		
		MANDAT RADIO AUTOCHTONE	0 \$	0 \$	0 \$	14 623 \$	0 \$	0 \$	14 623 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	25 308 \$	0 \$	0 \$	25 308 \$		
	SERVICE SECURITE INCENDIE	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	354 \$	354 \$	0 \$	708 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	354 \$	354 \$	0 \$	708 \$			

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MINISTÈRE DE LA SECURITE PUBLIQUE	PREVENTION INCENDIE CAMPING CA	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	0 \$	189 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	0 \$	189 \$
		CAPSULE PREVENTION INCENDIE	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	0 \$	189 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	0 \$	189 \$
		PREVENTION INCENDIES MEGOTS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	189 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	189 \$
		CAMPING CAPSULE 4 EXTINCTEUR	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	189 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	189 \$	189 \$
	MINISTÈRE DE L'EDUCATION	EGALITE GRAND PUBLIC INFOGRAPH	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	72 \$	400 \$	0 \$	472 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	72 \$	400 \$	0 \$	472 \$
		ORDRE EXCELLENCE EN EDUCATION	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 314 \$	0 \$	2 314 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 314 \$	0 \$	2 314 \$
		MEES RELANCE REPONDEZ-PRESENT	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	0 \$ 0 \$	103 501 \$ 41 983 \$	103 501 \$ 41 983 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	145 483 \$	145 483 \$
	MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR	MATERNELLE 4 ANS	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	80 084 \$	80 084 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	80 084 \$	80 084 \$
	MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR	PROMOTION OFFRE EDUCATIVE QC I	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	38 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	38 500 \$
				38 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	38 500 \$
	MINISTÈRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR	PROGRAMME PRETS ET BOURSES	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CL	0 \$	0 \$	0 \$	4 396 \$	0 \$	0 \$	4 396 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	4 396 \$	0 \$	0 \$	4 396 \$
	MINISTÈRE DES TRANSPORTS(MANDAT)	ENTRAVE LAVIOLETTE	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	472 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	472 \$
				0 \$	472 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	472 \$
		CHANTIERS VILLES QC	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	472 \$	0 \$	0 \$	0 \$	472 \$
				0 \$	0 \$	472 \$	0 \$	0 \$	0 \$	472 \$
		VILLAGE RELAIS	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 711 \$	2 472 \$	5 182 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	22 305 \$	15 123 \$	37 428 \$
			MANDAT INTERNET TABLETTE	0 \$	0 \$	0 \$	5 405 \$	0 \$	0 \$	5 405 \$
			MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$	11 485 \$	16 485 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	5 405 \$	30 016 \$	29 080 \$	64 501 \$
		BARRIERE SIGNALEUR	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	756 \$	0 \$	0 \$	756 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	756 \$	0 \$	0 \$	756 \$
		ENTRAVES PONT PIERRE LAPORTE	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	0 \$	0 \$	4 157 \$	0 \$	0 \$	4 157 \$
			MANDAT IMP HEBDOS REGIONAUX	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 971 \$	1 971 \$
MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE			0 \$	0 \$	0 \$	1 536 \$	2 976 \$	2 395 \$	6 907 \$	
MANDAT INTERNET INTERNET PLUS			0 \$	0 \$	0 \$	2 789 \$	3 237 \$	3 496 \$	9 522 \$	
MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$		0 \$	0 \$	22 432 \$	0 \$	0 \$	22 432 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	30 913 \$	6 213 \$	7 863 \$	44 989 \$		
MTQ SENSIBILISATION A LA SECUR	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$	2 000 \$	2 000 \$	6 000 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$	2 000 \$	2 000 \$	6 000 \$		
SENSIBILISATION SECURITE VHR	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	3 800 \$	0 \$	0 \$	3 800 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MINISTÈRE DES TRANSPORTS(MANDAT)			0 \$	0 \$	0 \$	3 800 \$	0 \$	0 \$	3 800 \$	
		MTQ VHR - VTT ETE 2021	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	48 317 \$	7 838 \$	56 154 \$	
			MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	0 \$	426 \$	6 605 \$	6 605 \$	13 635 \$	
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	5 655 \$	81 665 \$	32 250 \$	119 570 \$	
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	15 429 \$	45 426 \$	40 823 \$	101 678 \$	
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	2 640 \$	6 488 \$	6 161 \$	15 289 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	24 150 \$	188 500 \$	93 676 \$	306 326 \$	
		MTQ VHR - VTT ETE 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 825 \$	3 825 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 825 \$	3 825 \$	
		DEVOILEMENT AVANTAGE ST LAUREN	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	283 \$	0 \$	0 \$	283 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	283 \$	0 \$	0 \$	283 \$	
		VISION MARITIME DU QC	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 950 \$	0 \$	2 950 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 950 \$	0 \$	2 950 \$	
		REFECTION AUTOROUTE METROPOLIT	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	236 \$	140 \$	376 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	236 \$	140 \$	376 \$	
		AIDE MOBILITE MOTORISEES	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 444 \$	3 444 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 444 \$	3 444 \$	
		MINISTÈRE ECONOMIE ET INNOVATION	STRATEGIE QC DEVELOPPEMENT FILI	MANDAT INTERNET INTERNET	850 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	850 \$
					850 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	850 \$
		MINISTÈRE FINANCES OBLIGATION EPARGNES	BUDGET 2021 2022	MANDAT IMP HEBDOS REGION	26 393 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	26 393 \$
					15 115 \$	675 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	15 790 \$
		MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	12 678 \$	34 986 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	47 664 \$		
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	94 751 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	94 751 \$		
		MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	8 980 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 980 \$		
		MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$		
			54 186 \$	139 392 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	193 578 \$		
MINISTÈRE TRAVAIL EMPLOI & LA SOLIDARITE	PROMOTION METIER PHASE2	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	-2 558 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-2 558 \$		
			-2 558 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-2 558 \$		
	MAGAZINE CONSTAS	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	930 \$	0 \$	0 \$	0 \$	930 \$		
			0 \$	0 \$	930 \$	0 \$	0 \$	0 \$	930 \$		
	MTESS RELANCE DE L'EMPLOI 2021	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	7 531 \$	9 116 \$	0 \$	0 \$	16 647 \$		
			0 \$	0 \$	74 521 \$	59 349 \$	0 \$	0 \$	133 869 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	74 594 \$	0 \$	0 \$	74 594 \$		
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$		
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$		
				0 \$	0 \$	82 051 \$	143 059 \$	0 \$	0 \$	225 110 \$	
RELANCE EMPLOI PHASE 2	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	3 730 \$	16 520 \$	11 724 \$	31 975 \$			
		0 \$	0 \$	0 \$	17 164 \$	28 864 \$	28 864 \$	74 892 \$			
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	20 894 \$	45 384 \$	40 588 \$	106 867 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	20 894 \$	45 384 \$	40 588 \$	106 867 \$		
DUOEMPLOI	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 044 \$	1 044 \$			
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$	2 000 \$			
		MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 044 \$			
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 044 \$			
MTESS PUBLICATIONS DU QUEBEC	LANCEMENT PARC DES LAURENTIDES	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 525 \$	820 \$	2 345 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 525 \$	820 \$	2 345 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	MTESS PUBLICATIONS DU QUEBEC OFFICE DE PROTECTION DU CONSOMMATEUR	ACHAT AUTO OCCASION COMMERCE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	15 969 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	15 969 \$
				15 969 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	15 969 \$
		COMMERCE EN LIGNE	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	628 \$	2 018 \$	0 \$	0 \$	2 647 \$
			0 \$	0 \$	5 323 \$	13 100 \$	0 \$	0 \$	18 423 \$	
			0 \$	0 \$	5 951 \$	15 118 \$	0 \$	0 \$	21 069 \$	
	OFFICE DES PERSONNES HANDICAPEES DU QC	REVUE INSPIRATION	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	800 \$	0 \$	0 \$	0 \$	800 \$
				0 \$	0 \$	800 \$	0 \$	0 \$	0 \$	800 \$
		LANCEMENT AUTOFORMATION MIEUX	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	1 485 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 485 \$
				0 \$	15 192 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	15 192 \$
				0 \$	16 677 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 677 \$
		PENURIE MAIN DOEUVRE	MANDAT INTERNET TABLETTE	0 \$	7 750 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 750 \$
				0 \$	7 750 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 750 \$
	SEMAINE QUEBECOISE PERSONNE HA		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	22 513 \$	19 839 \$	0 \$	0 \$	42 352 \$
				0 \$	0 \$	22 513 \$	19 839 \$	0 \$	0 \$	42 352 \$
		INTEGRATION ET MAINTIEN EN EMP	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	35 500 \$	35 500 \$
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	35 500 \$	35 500 \$	
	OFFICE QUEBECOIS DE LA LANGUE FRANCAISE	MEMO	MANDAT INTERNET-ACHAT DE MOT	0 \$	973 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	973 \$
		MEMO MOTS CLES	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	22 081 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	22 081 \$
				0 \$	23 054 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	23 054 \$
		MEMO	MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS MANDAT IMPRIME-REVUE/MAG MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	10 042 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 042 \$
				0 \$	5 784 \$	7 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 284 \$
				0 \$	18 763 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	18 763 \$
				10 042 \$	24 547 \$	7 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	42 089 \$
		FRANCO PUB 2021	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	1 005 \$	0 \$	0 \$	1 005 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	1 005 \$	0 \$	0 \$	1 005 \$
		INFOLETTRE REL	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 500 \$	1 500 \$
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 500 \$	1 500 \$	
	RESEAU TRANSPORT METROPOLITAIN PARTENARI	ON A HATE DE VOUS REVOIR	MANDAT IMP HEBDOS REGION MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	10 200 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 200 \$
				0 \$	4 174 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 174 \$
				10 200 \$	4 174 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	14 374 \$
		EXO A DEMANDE BELOEIL-MCMMASTER	MANDAT IMP HEBDOS REGION MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	518 \$	518 \$	0 \$	0 \$	1 037 \$
				0 \$	0 \$	240 \$	480 \$	0 \$	0 \$	720 \$
				0 \$	0 \$	758 \$	998 \$	0 \$	0 \$	1 757 \$
SEANCE PUBLIQUE 15 JUIN 2021		MANDAT IMP HEBDOS REGION MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	12 803 \$	0 \$	0 \$	0 \$	12 803 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	1 888 \$	0 \$	0 \$	1 888 \$	
			0 \$	0 \$	12 803 \$	1 888 \$	0 \$	0 \$	14 691 \$	
AGENDAS ETUDIANTS		MANDAT IMPRIME-AUTRES	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 650 \$	13 650 \$	
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 650 \$	13 650 \$		
NOUVELLE NAVETTE ILE ST-BERNAR	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	1 554 \$	777 \$	0 \$	2 331 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	1 554 \$	777 \$	0 \$	2 331 \$		
HERBICIDE 2021	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	3 657 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 657 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	RESEAU TRANSPORT METROPOLITAIN PARTENARI			0 \$	0 \$	3 657 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 657 \$	
		NAVETTE VIEUX TERREBONNE	MANDAT IMP HEBDOS REGION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 098 \$	0 \$	2 098 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 098 \$	0 \$	2 098 \$		
	RETRAITE QUEBEC (COMMUNICATIONS)	MON DOSSIER EN LIGNE	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	1 604 \$	2 422 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 026 \$	
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	5 681 \$	2 482 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 163 \$	
				0 \$	7 285 \$	4 904 \$	0 \$	0 \$	0 \$	12 189 \$	
	SAAQ - (MANDAT - AGENCE)	PRISE DE RDV EN LIGNE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	38 838 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	38 838 \$	
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	141 829 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	141 829 \$	
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	12 578 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	12 578 \$	
				0 \$	193 246 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	193 246 \$	
		FACULTE AFFAIBLIES CANNABIS	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	18 450 \$	16 353 \$	0 \$	0 \$	0 \$	34 803 \$
				MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	147 521 \$	84 649 \$	0 \$	0 \$	0 \$	232 169 \$
				MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	6 902 \$	2 482 \$	0 \$	0 \$	0 \$	9 384 \$
				0 \$	172 873 \$	103 483 \$	0 \$	0 \$	0 \$	276 356 \$	
		SAAQ - CAMPAGNE VITESSE 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	41 324 \$	29 875 \$	0 \$	71 199 \$
				MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	0 \$	64 360 \$	25 672 \$	0 \$	90 032 \$
				MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	2 795 \$	932 \$	0 \$	3 727 \$
				MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	0 \$	0 \$	106 872 \$	100 790 \$	0 \$	207 663 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	4 046 \$	4 046 \$	0 \$	8 092 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	219 398 \$	161 315 \$	0 \$	380 713 \$		
	PARTAGE DE LA ROUTE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	17 000 \$	17 000 \$	0 \$	0 \$	34 000 \$	
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	84 630 \$	23 678 \$	0 \$	0 \$	108 309 \$	
				0 \$	0 \$	4 375 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 375 \$	
			0 \$	0 \$	106 006 \$	40 678 \$	0 \$	0 \$	146 684 \$		
	CHANTIERS ROUTIERS 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	2 500 \$	4 754 \$	0 \$	7 254 \$	
			MANDAT RADIO COMMUNAUTAIRE	0 \$	0 \$	65 404 \$	28 566 \$	13 685 \$	0 \$	107 655 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 409 \$	0 \$	4 409 \$	
		0 \$	0 \$	65 404 \$	31 066 \$	22 847 \$	0 \$	119 318 \$			
SAAQ FAC. AFFAIBLIES ETE 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	25 500 \$	0 \$	25 500 \$		
		MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	207 957 \$	0 \$	207 957 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 769 \$	0 \$	7 769 \$		
		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	241 226 \$	0 \$	241 226 \$			
FATIGUE 2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	107 130 \$	0 \$	107 130 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	107 130 \$	0 \$	107 130 \$		
SOC ETABLISSEMENTS PLEIN AIR QUEBEC COMM	SEPAQ	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$		
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$		
	ANT E21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	10 334 \$	10 504 \$	0 \$	0 \$	0 \$	20 837 \$		
			0 \$	10 334 \$	10 504 \$	0 \$	0 \$	0 \$	20 837 \$		
	PECHE E21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	20 187 \$	19 310 \$	4 303 \$	0 \$	0 \$	43 800 \$		
			0 \$	20 187 \$	19 310 \$	4 303 \$	0 \$	0 \$	43 800 \$		
SEM SEPAQ E21	MANDAT INTERNET ACHATS MOT CLE	0 \$	0 \$	4 188 \$	11 423 \$	11 194 \$	14 459 \$	41 264 \$			
		0 \$	0 \$	4 188 \$	11 423 \$	11 194 \$	14 459 \$	41 264 \$			
NOTORIETE SEPAQ E21 PHASE 1	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	58 325 \$	27 047 \$	0 \$	0 \$	85 372 \$			
		0 \$	0 \$	58 325 \$	27 047 \$	0 \$	0 \$	85 372 \$			

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
MINISTÈRES ET ORGANISMES	SOC ETABLISSEMENTS PLEIN AIR QUEBEC COMM	NOTORITE SEPAQ E21 PHASE 2	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	51 668 \$	51 668 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	51 668 \$	51 668 \$
		CARROUSEL FB DUCHESNAY MAI 202	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	0 \$	2 000 \$	833 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$
				0 \$	0 \$	2 000 \$	833 \$	0 \$	0 \$	2 833 \$
		AQUARIUM E21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	22 839 \$	7 793 \$	2 839 \$	33 472 \$
				0 \$	0 \$	0 \$	22 839 \$	7 793 \$	2 839 \$	33 472 \$
		CONVERSION E21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	3 155 \$	17 685 \$	17 921 \$	13 456 \$	52 216 \$
				0 \$	0 \$	3 155 \$	17 685 \$	17 921 \$	13 456 \$	52 216 \$
		SEPAQ - PCM ETE 2021	MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
			MANDAT IMPRIME QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 745 \$	0 \$	4 745 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	640 \$	7 000 \$	7 000 \$	14 640 \$
			MANDAT RADIO COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	3 934 \$	15 267 \$	3 817 \$	23 017 \$
			0 \$	0 \$	0 \$	4 574 \$	27 012 \$	10 817 \$	42 402 \$	
	CONSIDERATION E21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	17 641 \$	17 641 \$	17 641 \$	52 922 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	17 641 \$	17 641 \$	17 641 \$	52 922 \$	
	SAVOURER PLEIN AIR AVEC RD E21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	83 950 \$	4 770 \$	88 720 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	83 950 \$	4 770 \$	88 720 \$	
	LE DEVOIR ET JDEQ E2021	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$	0 \$	5 000 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$	0 \$	5 000 \$	
	SOC TRANSPORT DE MTL DIR EXECUTIVE PLANI	MA VOIX STM	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	4 181 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 181 \$
				0 \$	4 181 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 181 \$
		FERMETURE COTE VERTU	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	834 \$	0 \$	0 \$	0 \$	834 \$
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	8 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 000 \$
			0 \$	0 \$	8 834 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 834 \$	
MONTREALITE		MANDAT AFFICHAGE PANNEAU	0 \$	0 \$	61 669 \$	97 172 \$	75 980 \$	0 \$	234 821 \$	
		MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	29 \$	2 307 \$	2 433 \$	0 \$	4 769 \$	
		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	12 803 \$	66 904 \$	41 290 \$	0 \$	120 997 \$	
			0 \$	0 \$	74 500 \$	166 383 \$	119 703 \$	0 \$	360 586 \$	
SRB PIE IX TUNNEL PIETONNIER		MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	18 372 \$	0 \$	0 \$	18 372 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	18 372 \$	0 \$	0 \$	18 372 \$	
DEFI STM COURSE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	7 914 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 914 \$		
		0 \$	0 \$	7 914 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 914 \$		
VACCINATION	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	1 128 \$	2 633 \$	0 \$	0 \$	3 761 \$		
		0 \$	0 \$	1 128 \$	2 633 \$	0 \$	0 \$	3 761 \$		
PLB LACORDAIRE	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	6 000 \$	2 887 \$	0 \$	0 \$	8 887 \$		
		0 \$	0 \$	6 000 \$	2 887 \$	0 \$	0 \$	8 887 \$		
SOCIETE DE L ASSURANCE AUTOMOBILE DU QC	MOTO - CUSTOR TOUR 2021	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	3 275 \$	0 \$	0 \$	3 275 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	3 275 \$	0 \$	0 \$	3 275 \$	
	MOTO JOURNAL 2021	MANDAT IMPRIME REVUE/MAGAZINE	0 \$	2 550 \$	2 550 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 100 \$	
	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	625 \$	625 \$	625 \$	625 \$	625 \$	3 125 \$		
		0 \$	3 175 \$	3 175 \$	625 \$	625 \$	625 \$	8 225 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	août 2021	Somme de total	
MINISTÈRES ET ORGANISMES	SOCIETE DE L ASSURANCE AUTOMOBILE DU QC	CAHIER XTRA SIEGE AUTO	MANDAT INTERNET TABLETTE	0 \$	7 668 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 668 \$	
				0 \$	7 668 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 668 \$	
		FACULTES AFFAIBLIES CANNABIS	MANDAT INTERNET INTERNET	0 \$	16 056 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 056 \$	
				0 \$	16 056 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 056 \$	
		VITESSE - OLYMPIQUES TOKYO 21	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	
			0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$		
		SAAQ VITESSE COLAB. SRC OLYMP.	MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	31 546 \$	31 546 \$	63 092 \$	
			MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	26 485 \$	194 016 \$	220 501 \$	
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	58 031 \$	225 562 \$	283 593 \$	
		SOCIETE DES TRAVERSIERS DU QUEBEC	STQ - CAMPAGNE ETE 2021	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	0 \$	0 \$	5 506 \$	6 322 \$	6 322 \$	18 149 \$
				MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	21 833 \$	21 833 \$	22 043 \$	65 710 \$
				MANDAT TELEVISION COMMERCIALE	0 \$	0 \$	0 \$	46 408 \$	32 248 \$	16 242 \$	94 898 \$
				MANDAT TELEVISION COMMUNAUTAIR	0 \$	0 \$	0 \$	7 880 \$	0 \$	0 \$	7 880 \$
					0 \$	0 \$	0 \$	81 627 \$	60 403 \$	44 607 \$	186 636 \$
	SOCIETE QUEBECOISE D INFORMATION JURIDIQ	CAMPAGNE LANCEMENT JURIDIQC	MANDAT INTERNET ACHAT MOTS CLE	0 \$	6 404 \$	8 844 \$	8 559 \$	8 844 \$	8 844 \$	41 496 \$	
			MANDAT INTERNET INTERNET PLUS	-55 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-55 \$	
				-55 \$	6 404 \$	8 844 \$	8 559 \$	8 844 \$	8 844 \$	41 440 \$	
Total MINISTÈRES ET ORGANISMES				659 124 \$	13 415 858 \$	14 854 849 \$	14 377 677 \$	13 165 112 \$	9 370 835 \$	65 843 454 \$	
SOCIÉTÉS D'ÉTAT	HYDRO QUEBEC	2019-345I 2021 CIRCUIT ELECTRI	INTERNET PLUS	0 \$	9 188 \$	3 393 \$	3 283 \$	3 393 \$	0 \$	19 256 \$	
		2020-020 VISITES INSTALLATIONS	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	0 \$	0 \$	548 \$	2 157 \$	0 \$	2 705 \$	
			INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	3 557 \$	29 934 \$	4 725 \$	0 \$	38 216 \$
		2020-121SEM MIEUX CONSOMMER	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	1 537 \$	1 782 \$	2 081 \$	2 152 \$	0 \$	0 \$	7 551 \$
		2020-178 PROTEGEZ-VOUS	INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	36 990 \$	3 000 \$	0 \$	39 990 \$
		2021-001 PISCINE EFFICACE 21	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	1 805 \$	4 660 \$	3 446 \$	2 166 \$	0 \$	0 \$	12 078 \$
			INTERNET PLUS	0 \$	16 162 \$	50 794 \$	36 837 \$	27 705 \$	753 \$	0 \$	132 250 \$
			MAGAZINE	0 \$	12 500 \$	0 \$	10 764 \$	4 287 \$	0 \$	0 \$	27 551 \$
			QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	11 375 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	11 375 \$
		2021-003 ENSEIGNANTS 2021	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	0 \$	1 000 \$
			INTERNET PLUS	0 \$	5 216 \$	2 995 \$	242 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 454 \$
			MAGAZINE	0 \$	625 \$	0 \$	450 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 075 \$
		2021-008 MAGAZINE AL13	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	300 \$	0 \$	0 \$	0 \$	300 \$
			MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	1 400 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 400 \$
		2021-009 AFFAIRES	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	6 120 \$	6 775 \$	6 933 \$	6 759 \$	6 000 \$	0 \$	32 587 \$
			INTERNET PLUS	0 \$	29 642 \$	30 880 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	60 522 \$
		2021-016 PRUDENCE INSTALLATION	COMMUNAUTAIRE RADIO	0 \$	0 \$	1 281 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 281 \$
			HEBDO	0 \$	0 \$	16 185 \$	1 402 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 587 \$
			RADIO	0 \$	0 \$	8 874 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 874 \$
		2021-020 ALTNTV ELECTRIQUE	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	1 000 \$	0 \$	2 000 \$
		2021-023I MEDIAS SOCIAUX PONCT	INTERNET	0 \$	20 200 \$	5 217 \$	19 668 \$	15 065 \$	1 010 \$	0 \$	61 160 \$
		2021-027I MAITRISE VEGETATION	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	2 285 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 285 \$
	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	50 918 \$	22 998 \$	7 280 \$	0 \$	81 196 \$		
	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	17 512 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 512 \$		
2021-031 ENFANTS RAMPANTS	INTERNET PLUS	0 \$	14 814 \$	7 059 \$	669 \$	0 \$	0 \$	0 \$	22 542 \$		
	MAGAZINE	0 \$	3 125 \$	0 \$	0 \$	0 \$	525 \$	0 \$	3 650 \$		
2021-037 ECOPEAK	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	63 \$	2 900 \$	2 982 \$	3 001 \$	2 900 \$	0 \$	11 846 \$		
	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	10 078 \$	9 693 \$	9 272 \$	7 781 \$	0 \$	36 824 \$		
2021-053 DEVERS. OUTARDES-2	RADIO	0 \$	2 173 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 173 \$		
2021-059 EMMNGMNT/DEMNGMNT ED	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	18 940 \$	0 \$	0 \$	0 \$	18 940 \$		
	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	283 \$	1 717 \$	7 318 \$	5 379 \$	3 300 \$	0 \$	17 997 \$		
	INTERNET PLUS	0 \$	6 415 \$	28 324 \$	46 031 \$	37 095 \$	11 550 \$	0 \$	129 415 \$		
2021-061 AVANT DE LOUER	INTERNET PLUS	0 \$	8 346 \$	5 654 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	14 000 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
SOCIÉTÉS D'ÉTAT	HYDRO QUEBEC	2021-061 AVANT DE LOUER	QUOTIDIENS	0 \$	8 318 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 318 \$
		2021-066 OPTION SERRES LTDCN	INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	1 987 \$	487 \$	0 \$	2 474 \$
		2021-067 LIVR. MAZOUT IDLM	COMMUNAUTAIRE RADIO	0 \$	951 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	951 \$
		2021-073 LIGNE DE TRANSPORT	COMMUNAUTAIRE RADIO	0 \$	150 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	150 \$
		2021-094 VISITES SCOLAIRES	INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	750 \$	750 \$
		2021-098 AVIS PUBLIC IDLM	COMMUNAUTAIRE RADIO	0 \$	0 \$	1 586 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 586 \$
		2021-119 PRUD. INST. HYDRAU. 2	COMMUNAUTAIRE RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 333 \$	0 \$	1 333 \$
		2021-119 PRUD. INSTAL. HYDRO	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	9 610 \$	0 \$	9 610 \$
		2021-130 BALADOS AVEC JEAN-LUC	INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 000 \$	10 000 \$
		2021-134 SALON DU VEHICULE ELE	INTERNET	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	375 \$	375 \$	750 \$
		2021-136 HQ PRUDENCE SAGUENAY	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	1 709 \$	0 \$	0 \$	1 709 \$
		2021-141S CHAUFFAGE CENTRAL	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	0 \$	112 \$	853 \$	1 088 \$	500 \$	2 554 \$
		2021-159 PRUDENCE SAGUENAY	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 642 \$	5 642 \$
		2021-160 PRUDENCE COTE NORD	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 242 \$	6 242 \$
		AFFAIRES - PROGRAMME SOLUTIONS	MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$
		AFFICHAGE CE MADRID AUT.20	AFFICHAGE	0 \$	13 390 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 390 \$
		APPEL DE PROPOS BEAUPORT	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	417 \$	417 \$	0 \$	834 \$
			QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	887 \$	1 775 \$	0 \$	2 662 \$
		APPEL DE PROPOS CHANDLER	HEBDO	0 \$	417 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	417 \$
		APPEL DE PROPOS JOLIETTE	HEBDO	0 \$	299 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	299 \$
		AV BEAUHARNOIS	HEBDO	0 \$	0 \$	615 \$	0 \$	0 \$	0 \$	615 \$
		AV D'ENTRETIEN EMPRISES JOLIET	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	399 \$	0 \$	399 \$
		AV PUBLI HERTEL-NY	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	906 \$	906 \$
		AVIS MAITRISE VEGETATION	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	699 \$	0 \$	699 \$
		AVIS PUBLIC IDLM MAI 2021	HEBDO	0 \$	0 \$	91 \$	0 \$	0 \$	0 \$	91 \$
		AVIS PUBLIC PETITE NATION	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	206 \$	0 \$	206 \$
		CAH SPECIAUX LE DEVOIR PRT 21	QUOTIDIENS	0 \$	2 466 \$	2 466 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 932 \$
		CAHIER DE L'ARBRE 2021	MAGAZINE	0 \$	0 \$	1 295 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 295 \$
		CAMPAGNE MALENTENDANTS 2021	MAGAZINE	0 \$	0 \$	200 \$	300 \$	200 \$	0 \$	700 \$
		CARNET DU VOYAGEUR	MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$	0 \$	0 \$	1 000 \$
		CHARGE DE PROJET 104572	RECRUTEMENT HEBDO SANS PLANIF	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	244 \$	0 \$	244 \$
		CHEF ATELIER DE TRANSPORT	RECRUTEMENT HEBDO SANS PLANIF	0 \$	0 \$	0 \$	363 \$	0 \$	0 \$	363 \$
		CONSTAS ETE 2021	MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 283 \$	2 283 \$
		CORPO KNIGHTS BEST 50 CORPO	MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 500 \$	0 \$	10 500 \$
		DOSSIER SPECIAL 3CE	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	1 665 \$	0 \$	0 \$	1 665 \$
		ENTRETIEN DES EMPRISES	HEBDO	0 \$	0 \$	936 \$	0 \$	0 \$	0 \$	936 \$
		ENTRETIEN DES EMPRISES ESTRIE	HEBDO	0 \$	0 \$	260 \$	0 \$	0 \$	0 \$	260 \$
		ENTRETIEN DES EMPRISES MANIC	HEBDO	0 \$	699 \$	0 \$	0 \$	699 \$	0 \$	1 399 \$
		ENTRETIEN EMPRISES LA TUQUE	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	251 \$	0 \$	0 \$	251 \$
		ENTRETIEN EMPRISES SAG-CHIBOUG	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	645 \$	0 \$	0 \$	645 \$
			QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	476 \$	0 \$	0 \$	476 \$
		H&D JOURNAL-NORTH AMER ISSUE 4	MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 738 \$	2 738 \$
		HQ CORPO PRINTEMPS 2021	AFFICHAGE	0 \$	111 653 \$	147 966 \$	0 \$	0 \$	0 \$	259 619 \$
			COMMUNAUTAIRE TV	0 \$	12 954 \$	17 646 \$	0 \$	0 \$	0 \$	30 600 \$
			INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	5 765 \$	8 236 \$	4 553 \$	0 \$	0 \$	18 555 \$
			INTERNET PLUS	0 \$	251 415 \$	261 667 \$	119 385 \$	22 609 \$	0 \$	655 076 \$
			QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	16 470 \$	17 940 \$	0 \$	0 \$	34 410 \$
			RADIO	0 \$	18 517 \$	27 643 \$	0 \$	0 \$	0 \$	46 160 \$
			TELEVISION	0 \$	102 102 \$	169 741 \$	21 170 \$	5 457 \$	0 \$	298 470 \$
		HQ2021-046 SECURITE 2021	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	32 873 \$	41 127 \$	0 \$	0 \$	74 000 \$
			COMMUNAUTAIRE RADIO	0 \$	0 \$	5 216 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 216 \$
			INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	213 \$	3 430 \$	3 454 \$	3 407 \$	0 \$	10 504 \$
			INTERNET PLUS	0 \$	4 992 \$	80 174 \$	26 209 \$	10 887 \$	0 \$	122 263 \$
			RADIO	0 \$	0 \$	121 913 \$	0 \$	0 \$	0 \$	121 913 \$
		ILE AUX VACHES	HEBDO	0 \$	0 \$	937 \$	0 \$	0 \$	0 \$	937 \$
		INFORME AFFAIRES MAI 2021	MAGAZINE	0 \$	1 465 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 465 \$
		INGENIEUR INST ET PLANIFICATIO	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	486 \$	0 \$	0 \$	486 \$
		JOUR DE LA TERRE	QUOTIDIENS	0 \$	6 830 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 830 \$

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
SOCIÉTÉS D'ÉTAT	LOTO-QUEBEC	BO 649 AVRIL 21-MARS 2022	INTERNET PLUS	0 \$	22 395 \$	20 465 \$	19 555 \$	22 110 \$	0 \$	84 525 \$
		BO ASTRAL/OUTFRONT/PATTI 21-22	AFFICHAGE	0 \$	180 905 \$	156 432 \$	128 033 \$	88 784 \$	49 172 \$	603 326 \$
		BO FACEBOOK 2021-2022 / DIRECT	FACEBOOK DIRECT	0 \$	7 085 \$	5 589 \$	6 930 \$	5 930 \$	3 200 \$	28 733 \$
		BO FB @ LQ pour 20-21	FACEBOOK DIRECT	1 515 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 515 \$
		BO KAZOO/POMPE 2021-2022	AFFICHAGE	0 \$	28 185 \$	14 092 \$	14 092 \$	14 092 \$	0 \$	70 462 \$
		BO LOTTO 6/49 PRINTEMPS 2021	TELEVISION	0 \$	161 220 \$	228 454 \$	130 594 \$	46 262 \$	0 \$	566 530 \$
		BO LOTTO MAX PRINTEMPS 2021	TELEVISION	0 \$	165 363 \$	226 754 \$	129 173 \$	51 967 \$	0 \$	573 257 \$
		BO LOTTOMAX AVRIL 20-MARS 2021	INTERNET PLUS	43 948 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	43 948 \$
		BO LOTTOMAX AVRIL 21-MARS 2022	INTERNET PLUS	0 \$	23 918 \$	21 105 \$	28 449 \$	10 879 \$	0 \$	84 351 \$
		COMMANDITE NBA RDS	TELEVISION	0 \$	1 796 \$	4 163 \$	38 466 \$	0 \$	0 \$	44 425 \$
		CONVERSION LOTERIES PROG+FB	INTERNET PLUS	30 403 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	30 403 \$
		CUM-6/49-04/10/21-20M-RADIO	RADIO	0 \$	27 355 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	27 355 \$
		FAITES VOS JEUX - VOLET TV	TELEVISION	0 \$	4 508 \$	1 854 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 362 \$
		GAGNANT A VIE PLUS MAI 2021	TELEVISION	0 \$	158 618 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	158 618 \$
		GRANDE VIE IMAGE AOUT 2021	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	190 899 \$	190 899 \$
		GRANDE VIE LOTS BONIS	FACEBOOK DIRECT	0 \$	0 \$	0 \$	2 413 \$	0 \$	0 \$	2 413 \$
		GRANDE VIE LOTS BONIS JUIN 21	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	44 146 \$	0 \$	0 \$	44 146 \$
			TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	70 759 \$	0 \$	0 \$	70 759 \$
		LMAX-01/06/21-70M+18MM-QU	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$
		LMAX-04/06/21-70M+29MM-QU	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$
		LMAX-05/21/21-55M+4MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	16 238 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 238 \$
		LMAX-05/25/21-60M+6MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	9 226 \$	0 \$	0 \$	0 \$	9 226 \$
		LMAX-05/28/21-65M+10MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	16 239 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 239 \$
		LMAX-06/01/21-70M+18MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	21 927 \$	0 \$	0 \$	21 927 \$
		LMAX-06/04/21-70M+29MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	20 974 \$	0 \$	0 \$	20 974 \$
		LMAX-06/11/21-70M+50MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	15 322 \$	0 \$	0 \$	15 322 \$
		LMAX-07/06/21-65M+14MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	16 238 \$	0 \$	16 238 \$
		LMAX-08/06/21-70M+47MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	16 213 \$	0 \$	0 \$	16 213 \$
		LMAX-08/06/21-70M+47MM-QU	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$
		LMAX-11/06/21-70M+50MM-QU	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$
		LMAX-15/06/21-70M+58MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	14 340 \$	0 \$	0 \$	14 340 \$
		LMAX-15/06/21-70M+58MM-QU	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$
		LMAX-18/06/21-70M+70MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	21 926 \$	0 \$	0 \$	21 926 \$
		LMAX-18/06/21-70M+70MM-QU	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$	0 \$	0 \$	12 618 \$
		LMAX-22/06/21-70M+70MM-AF	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	14 928 \$	0 \$	0 \$	14 928 \$
		LMAX-CUM-05/21/21-55M+4MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	14 653 \$	0 \$	0 \$	0 \$	14 653 \$
		LMAX-CUM-05/21/21-55M+4MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	22 524 \$	0 \$	0 \$	0 \$	22 524 \$
		LMAX-CUM-05/25/21-60M+6MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	2 647 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 647 \$
		LMAX-CUM-05/25/21-60M+6MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	26 272 \$	0 \$	0 \$	0 \$	26 272 \$
		LMAX-CUM-05/28/21-65M+10MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	14 528 \$	0 \$	0 \$	0 \$	14 528 \$
		LMAX-CUM-05/28/21-65M+10MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	35 436 \$	0 \$	0 \$	0 \$	35 436 \$
		LMAX-CUM-06/01/21-70M+18MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	6 846 \$	0 \$	0 \$	6 846 \$
		LMAX-CUM-06/01/21-70M+18MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	29 496 \$	0 \$	0 \$	29 496 \$
		LMAX-CUM-06/04/21-70M+29MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	9 641 \$	0 \$	0 \$	9 641 \$
		LMAX-CUM-06/04/21-70M+29MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	35 436 \$	0 \$	0 \$	35 436 \$
		LMAX-CUM-06/08/21-70M+47MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	6 771 \$	0 \$	0 \$	6 771 \$
		LMAX-CUM-06/08/21-70M+47MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	26 225 \$	0 \$	0 \$	26 225 \$
		LMAX-CUM-06/11/21-70M+50MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	11 319 \$	0 \$	0 \$	11 319 \$
		LMAX-CUM-06/11/21-70M+50MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	35 976 \$	0 \$	0 \$	35 976 \$
		LMAX-CUM-06/15/21-70M+58MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	5 195 \$	0 \$	0 \$	5 195 \$
LMAX-CUM-06/15/21-70M+58MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	33 993 \$	0 \$	0 \$	33 993 \$		
LMAX-CUM-06/18/21-70M+70MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	9 797 \$	0 \$	0 \$	9 797 \$		
LMAX-CUM-06/18/21-70M+70MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	30 036 \$	0 \$	0 \$	30 036 \$		
LMAX-CUM-06/22/21-70M+70MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	5 571 \$	0 \$	0 \$	5 571 \$		
LMAX-CUM-06/22/21-70M+70MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	23 064 \$	0 \$	0 \$	23 064 \$		
LMAX-CUM-07/06/21-65M+14MM-BA	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 132 \$	0 \$	6 132 \$		
LMAX-CUM-07/06/21-65M+14MM-RA	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	23 064 \$	0 \$	23 064 \$		
LMAX-CUM-MENTION WK TIR 8 JUIN	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	4 389 \$	0 \$	0 \$	4 389 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données							
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total	
SOCIÉTÉS D'ÉTAT	LOTO-QUEBEC	LMAX-CUM-TIR 11 JUIN 70M+50MM	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	19 690 \$	0 \$	0 \$	19 690 \$	
		LMAX-CUM-TIR 15 JUIN 70M+58MM	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	13 574 \$	0 \$	0 \$	13 574 \$	
		LMAX-CUM-TIR 18 JUIN 70M+70MM	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	20 102 \$	0 \$	0 \$	20 102 \$	
		LMAX-CUM-TIR 1er JUIN 70M+18MM	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	6 944 \$	12 208 \$	0 \$	0 \$	19 152 \$	
		LMAX-CUM-TIR 21 MAI 55M+4MM_IN	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	7 140 \$	0 \$	0 \$	0 \$	7 140 \$	
		LMAX-CUM-TIR 22 JUIN 70M+70MM	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	11 047 \$	0 \$	0 \$	11 047 \$	
		LMAX-CUM-TIR 25 MAI 60M+6MM_IN	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	13 909 \$	0 \$	0 \$	0 \$	13 909 \$	
		LMAX-CUM-TIR 28MAI 65M+10MM_IN	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	19 428 \$	0 \$	0 \$	0 \$	19 428 \$	
		LMAX-CUM-TIR 4 JUIN 70M+29MM_I	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	20 048 \$	0 \$	0 \$	20 048 \$	
		LMAX-CUM-TIR 6 JUIL 65M+14MM_I	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	19 998 \$	0 \$	19 998 \$	
		LMAX-CUM-TIR 8 JUIN 70M+47MM_I	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	20 013 \$	0 \$	0 \$	20 013 \$	
		LOTS BONIS QUEBEC MAX	TELEVISION	0 \$	0 \$	208 207 \$	0 \$	0 \$	0 \$	208 207 \$	
		LOTTO MAX - BAR LAITIER	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	97 645 \$	34 587 \$	0 \$	132 232 \$	
		LQ 6/49 LANCEMENT LONGUE DUREE	FACEBOOK DIRECT	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	10 000 \$	10 000 \$	
		MOJ - SPONSORSHIP ECHL	PREBILLING	34 859 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	34 859 \$	
		MOJ + SERIES ELIMINATOIRES	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	58 701 \$	0 \$	0 \$	58 701 \$	
		MOJ ENTENTE ANNUELLE TVA SPORT	TELEVISION	0 \$	0 \$	28 \$	0 \$	0 \$	0 \$	28 \$	
		MOJ ODDS COUPLE - HOCKEY	RADIO	0 \$	2 534 \$	12 670 \$	10 136 \$	7 602 \$	0 \$	32 942 \$	
		MOJ ODDS COUPLE EURO	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	7 602 \$	5 068 \$	0 \$	12 670 \$	
		MOJ PROJET TSN/CHOM 20-21	RADIO	0 \$	-150 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	-150 \$	
		MOJ+ - TVA SPORTS EURO 2021	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	22 736 \$	18 520 \$	0 \$	41 255 \$	
		MOJ+ / ENTENTE ANNUELLE RDS	INTERNET PLUS	13 546 \$	13 309 \$	13 546 \$	12 598 \$	0 \$	0 \$	52 999 \$	
		MOJ+ EURO	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	2 047 \$	2 953 \$	0 \$	5 000 \$	
		MOJ+ EURO FACEBOOK	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	2 857 \$	2 141 \$	0 \$	4 998 \$	
		MOJ+ SÉRIE ÉLIMINATOIRES/TVASP	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	5 430 \$	1 420 \$	521 \$	0 \$	7 371 \$	
		MOJ+ SERIES CH - COUPE STANLEY	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	84 885 \$	0 \$	84 885 \$	
		MOJ+ SERIES ELIMINATOIRES	TELEVISION	0 \$	0 \$	37 859 \$	8 841 \$	4 196 \$	0 \$	50 895 \$	
		MOJ+ TENNIS ETE-AUTOMNE 2021	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 812 \$	1 812 \$	
			TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 057 \$	2 057 \$	
		POULE AUX OEUFS D'OR ETE 2021	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	37 846 \$	37 846 \$	
		PROGRAM.LOTERIES EN LIGNE	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	894 \$	5 954 \$	0 \$	0 \$	6 848 \$	
		RDS HOCKEY NHL 2021	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	
		RECORD DE CHALEUR	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	810 \$	0 \$	810 \$	
		RECORD DE CHALEUR ETE 2021	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	
		ROUE DE FORTUNE	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	112 821 \$	87 182 \$	0 \$	200 003 \$	
		SEM LOTERIE ANNUELLE 6/49	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	2 223 \$	2 976 \$	3 006 \$	2 967 \$	0 \$	11 173 \$	
		SEM LOTERIE ANNUELLE 649	INTERNET ACHATS MOT CLES	8 320 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 320 \$	
		SEM LOTERIE ANNUELLE LOTTOMAX	INTERNET ACHATS MOT CLES	8 320 \$	2 223 \$	2 976 \$	3 006 \$	2 967 \$	0 \$	19 492 \$	
		SUPER TIRAGE 6/49 - 8 MAI 2021	TELEVISION	0 \$	0 \$	47 875 \$	0 \$	0 \$	0 \$	47 875 \$	
		SUPER TIRAGE 649 8 MAI 2021	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	5 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	5 000 \$	
		SUPER TIRAGE 649_JUILLET 2021	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	25 000 \$	0 \$	25 000 \$	
				192 290 \$	1 060 897 \$	1 491 910 \$	1 719 584 \$	713 875 \$	577 665 \$	5 756 221 \$	
		SOCIETE DES ALCOOLS DU QUEBEC SAQ	PROMO PRODUITS DU QUEBEC PRT21	QUOTIDIENS	0 \$	14 384 \$	15 622 \$	0 \$	0 \$	0 \$	30 006 \$
			RECRUTEMENT CHIBOUGAMAU	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	330 \$	0 \$	0 \$	330 \$
			SAQ BAQ PRINTEMPS 2021	TELEVISION	0 \$	129 269 \$	3 630 \$	0 \$	0 \$	0 \$	132 899 \$
			SAQ069-21 PROMO PROD DU QUEBEC	INTERNET PLUS	0 \$	104 061 \$	44 916 \$	0 \$	0 \$	0 \$	148 977 \$
			SAQ077-20 SEM 2020-2021	INTERNET ACHATS MOT CLES	1 510 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 510 \$
SAQ077-21 ALWAYS ON 21-22	INTERNET ACHATS MOT CLES		0 \$	6 400 \$	9 475 \$	18 497 \$	12 730 \$	0 \$	47 102 \$		
SAQ079-21 ALWAYS ON	INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	4 636 \$	19 504 \$	19 435 \$	29 234 \$	72 809 \$		
SAQ079-21 P1 AMPLIF FACEBOOK	INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	2 000 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 000 \$		
SAQ082-21 ETHIQUE DES VENTES	INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	2 259 \$	20 276 \$	12 000 \$	34 535 \$		
SAQ217-20 TOURNEE DU QUEBEC	INTERNET ACHATS MOT CLES		0 \$	765 \$	1 035 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 800 \$		
	INTERNET PLUS		0 \$	1 000 \$	33 500 \$	0 \$	0 \$	0 \$	34 500 \$		
SAQ217-21 PRODUIT DU QC ETE 21	TELEVISION		0 \$	0 \$	0 \$	274 604 \$	2 485 \$	0 \$	277 090 \$		
SAQ217-21 PRODUITS DU QUEBEC	INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	0 \$	77 188 \$	56 316 \$	2 686 \$	136 190 \$		
SAQ219-20 BAQ HIVER PRINTEMPS	INTERNET PLUS		92 644 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	92 644 \$		
SAQ219-20 PRODUIT DU QC ETE 21	TELEVISION		0 \$	0 \$	0 \$	66 019 \$	0 \$	0 \$	66 019 \$		
SAQ270-21 AMPLIFICATION 100 E	INTERNET PLUS		0 \$	0 \$	52 \$	6 940 \$	4 776 \$	0 \$	11 768 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données								
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total		
SOCIÉTÉS D'ÉTAT	SOCIÉTÉ DES ALCOOLS DU QUÉBEC SAQ	SAQ273-21 PRODUIT QC CMD	TELEVISION	0 \$	0 \$	62 269 \$	50 518 \$	7 167 \$	0 \$	119 955 \$		
				94 154 \$	255 880 \$	177 135 \$	515 860 \$	123 184 \$	43 921 \$	1 210 134 \$		
	SOCIÉTÉ DES CASINOS DU QUÉBEC	ANNUELLE OTTAWA/GATINEAU 21-22	AFFICHAGE	0 \$	21 667 \$	57 127 \$	40 097 \$	40 564 \$	9 525 \$	168 981 \$		
		ANNUELLE SEM CHX	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	3 078 \$	2 829 \$	2 395 \$	1 288 \$	0 \$	9 591 \$		
		ANNUELLE SEM CLL	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	6 195 \$	3 950 \$	4 478 \$	4 296 \$	0 \$	18 920 \$		
		ANNUELLE SEM MTB	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	1 916 \$	2 195 \$	3 277 \$	3 044 \$	0 \$	10 433 \$		
		ANNUELLE SEM MTL	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	13 328 \$	11 713 \$	14 500 \$	14 589 \$	0 \$	54 130 \$		
		CAD MEGA DROP AVEC JEL	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	23 597 \$	23 597 \$		
		CASINO A DISTANCE MAS	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	41 353 \$	0 \$	0 \$	41 353 \$		
		CASINO A DISTANCE NUM AVRIL-MA	INTERNET PLUS	0 \$	169 697 \$	181 299 \$	0 \$	0 \$	0 \$	350 996 \$		
		CASINO A DISTANCE NUM JUIL-AOU	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	72 148 \$	368 461 \$	10 817 \$	451 426 \$		
		CASINO A DISTANCE NUM JUIN	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	18 369 \$	140 866 \$	0 \$	0 \$	159 236 \$		
		CASINO A DISTANCE SERIES	TELEVISION	0 \$	0 \$	69 536 \$	71 953 \$	0 \$	0 \$	141 489 \$		
		CASINO A DISTANCE T4	TELEVISION	0 \$	25 510 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	25 510 \$		
		CASINO A DISTANCE T4 PROMOS	INTERNET PLUS	137 324 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	137 324 \$		
		CASINO VOLET VIDEO T1 AVR-JUIN	INTERNET PLUS	0 \$	107 466 \$	109 313 \$	79 558 \$	0 \$	0 \$	296 338 \$		
		HOCKEY HIVER 2021	TELEVISION	0 \$	56 867 \$	39 803 \$	0 \$	0 \$	0 \$	96 670 \$		
		JEU RESPONSABLE 2021	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	38 554 \$	161 187 \$	199 741 \$		
		LQ.COM ANNUELLE	INTERNET PLUS	0 \$	38 422 \$	65 513 \$	77 525 \$	21 397 \$	0 \$	202 857 \$		
		LQ.COM ANNUELLE SUITE	INTERNET PLUS	54 018 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	54 018 \$		
		LQ.COM / SEARCH ANNUELLE	INTERNET ACHATS MOT CLES	42 731 \$	44 154 \$	49 592 \$	53 685 \$	57 111 \$	0 \$	247 272 \$		
		LQ.COM / SEARCH CASINO EN LIGN	INTERNET ACHATS MOT CLES	42 845 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	42 845 \$		
		LQ.COM MEGA DROP AVEC SCQ	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 840 \$	17 840 \$		
		PLAN AGREMENT 21/22 (CM)	MAGAZINE	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	4 695 \$	4 695 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP SJTR	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	2 528 \$	5 722 \$	0 \$	8 250 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP 2021	QUOTIDIENS	0 \$	0 \$	0 \$	5 264 \$	0 \$	0 \$	5 264 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP 2021 (CM)	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	22 465 \$	15 035 \$	0 \$	37 500 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP 2021 (CT)	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	5 864 \$	1 636 \$	0 \$	7 500 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP 2021 (SQ)	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	4 500 \$	0 \$	0 \$	4 500 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP 2021 (SR)	AFFICHAGE	0 \$	0 \$	0 \$	1 729 \$	1 162 \$	0 \$	2 891 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP CHX	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	5 585 \$	14 115 \$	0 \$	19 700 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP CLL	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	8 198 \$	40 702 \$	0 \$	48 900 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP MTB	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	5 387 \$	29 213 \$	0 \$	34 600 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP MTL	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	2 695 \$	73 305 \$	0 \$	76 000 \$		
		PLAN DE RELANCE RSVP SJQC	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	3 795 \$	6 805 \$	0 \$	10 600 \$		
		RELANCE - SALON DE JEUX T-R	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	2 212 \$	2 212 \$	0 \$	4 424 \$		
		RELANCE 2021 - CASINO MONTREAL	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	118 573 \$	9 095 \$	127 668 \$		
		RELANCE 2021 CASINO CHARLEVOIX	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	757 \$	2 271 \$	0 \$	3 028 \$		
		RELANCE 2021 CASINO LAC-LEAMY	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	10 482 \$	47 033 \$	0 \$	57 515 \$		
		RELANCE 2021 CASINO MONT-TREMB	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	1 578 \$	4 733 \$	0 \$	6 310 \$		
		RELANCE 2021 SALON DE JEUX QC	RADIO	0 \$	0 \$	0 \$	2 970 \$	8 607 \$	0 \$	11 577 \$		
		SCQ JEU RESPONSABLE	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	62 235 \$	48 626 \$	110 861 \$		
		SCQ-CA-ANNUELLE- SEM BING	INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	7 233 \$	1 141 \$	2 011 \$	1 927 \$	0 \$	12 313 \$		
		SQC PLAN DE RELANCE (CQ) 2021	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	1 279 \$	0 \$	0 \$	1 279 \$		
		SQC PLAN DE RELANCE (CT) 2021	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	909 \$	0 \$	0 \$	909 \$		
		SQC PLAN DE RELANCE (SR) 2021	HEBDO	0 \$	0 \$	0 \$	1 403 \$	0 \$	0 \$	1 403 \$		
		T1 CASINOS	TELEVISION	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	153 858 \$	153 858 \$		
						276 918 \$	495 533 \$	612 380 \$	693 450 \$	984 588 \$	439 241 \$	3 502 110 \$
		SOCIÉTÉ DES ÉTABLISSEMENTS DE JEUX DU QC	KINZO FACEBOOK	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	1 957 \$	0 \$	1 957 \$	
	KINZO SEARCH		INTERNET ACHATS MOT CLES	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	741 \$	0 \$	741 \$		
				0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	2 698 \$	0 \$	2 698 \$		
	TELE QUÉBEC	FY21 DOCUMENTAIRES HIVER	INTERNET PLUS	348 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	348 \$		
		FY21 LANCEMENT PLATEFORME OTT	INTERNET ACHATS MOT CLES	8 426 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	8 426 \$		
		FY21 M ENTENDS TU	INTERNET PLUS	3 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	3 \$		
		FY22 BAL MAMMOUTH	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	34 149 \$	0 \$	0 \$	34 149 \$		
		FY22 CAPTATIONS CULTURELLES	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	10 705 \$	16 019 \$	0 \$	26 724 \$		
		FY22 EN CLASSE	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	21 475 \$	0 \$	0 \$	0 \$	21 475 \$		
		FY22 M ENTENDS TU	INTERNET PLUS	0 \$	7 500 \$	9 821 \$	0 \$	0 \$	0 \$	17 321 \$		

Client regroupement	Client	Campagne	Type média	Données						
				Mars 2021	Avril 2021	Mai 2021	Juin 2021	Juillet 2021	Août 2021	Somme de total
SOCIÉTÉS D'ÉTAT	TELE QUEBEC	FY22 YAMM PRINTEMPS 2021	INTERNET PLUS	0 \$	0 \$	0 \$	43 194 \$	0 \$	0 \$	43 194 \$
		M ENTENDS TU	AFFICHAGE	0 \$	6 175 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	6 175 \$
		PRINTEMPS 2021	AFFICHAGE	0 \$	18 852 \$	5 020 \$	0 \$	0 \$	0 \$	23 872 \$
			RADIO	0 \$	26 935 \$	0 \$	0 \$	0 \$	0 \$	26 935 \$
		SAVINGS FY21 DOCUMENTAIRES	PRE-FACTURATION	0 \$	0 \$	0 \$	12 416 \$	0 \$	0 \$	12 416 \$
				8 778 \$	59 462 \$	36 316 \$	100 464 \$	16 019 \$	0 \$	221 039 \$
Total SOCIÉTÉS D'ÉTAT				573 164 \$	2 565 423 \$	3 447 525 \$	3 556 644 \$	2 151 433 \$	1 141 450 \$	13 435 640 \$
Total général				1 232 288 \$	15 981 281 \$	18 302 374 \$	17 934 321 \$	15 316 545 \$	10 512 284 \$	79 279 094 \$

PAR COURRIEL

Québec, le 13 juillet 2021

Monsieur Alain Cloutier
Coprésident et directeur général
Les Évadés inc.
1237, rue de La Montagne, bureau 200
Montréal (Québec) H36 1Z2

Objet : Adjudication du contrat n° 999737824 « Réalisation de campagnes publicitaires et d'autres activités de communication pour un client du CAG (MTQ) » (AO 999109677)

Monsieur le coprésident et directeur général,

Dans le cadre de l'appel d'offres cité en objet, nous vous informons que le contrat en découlant vous est adjudgé.

Conformément à l'article 2.4 – Formation et durée du contrat de l'appel d'offres, le contrat est formé par la signature du présent avis d'adjudication par une personne autorisée du Centre d'acquisitions gouvernementales (CAG). Le contrat est ainsi réputé être signé par toutes les parties et la date de signature du contrat par le CAG correspond à celle du présent avis.

Nonobstant la date de formation du contrat, celui-ci entre en vigueur le 20 juillet 2021 et se termine le 19 juillet 2022.

Le contrat est automatiquement renouvelé aux mêmes termes et conditions pour 2 périodes additionnelles consécutives de 12 mois, à moins que le CAG ne transmette au prestataire de services 30 jours avant la date de renouvellement, un avis écrit l'informant de son intention de ne pas renouveler le contrat.

L'arrivée du premier des événements suivants met fin au présent contrat :

- La date de fin du contrat incluant les renouvellements, le cas échéant;
- L'atteinte du montant maximal du contrat incluant les renouvellements, le cas échéant.

Le montant maximal de ce contrat, incluant les renouvellements, le cas échéant, ne peut excéder 3 000 000 \$.

Le représentant désigné du CAG pour l'application du contrat est :

Mme Mireille Tremblay
Directrice par intérim
Direction des acquisitions de commodité
Direction générale des acquisitions intersectorielles
880, chemin Sainte-Foy
Québec (Québec) G1S 2L2
Téléphone : 418 781-1919, poste 3310
Courriel : mireille.tremblay2@caq.gouv.qc.ca

Pour toute information supplémentaire, veuillez communiquer avec le représentant du CAG.

Nous vous remercions de l'intérêt accordé à cet appel d'offres et vous prions d'accepter, Monsieur le coprésident et directeur général, nos salutations distinguées.

Le vice-président des acquisitions intersectorielles



François Vaillancourt

CONTRAT DE SERVICES PROFESSIONNELS

GRÉ À GRÉ

ACHATS MÉDIAS RELATIFS AUX CAMPAGNES PUBLICITAIRES
EN LIEN AVEC LA COVID-19

POUR LE COMPTE DU MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX
(MSSS)

NUMÉRO DU CONTRAT : 999737469

ENTRE

CENTRE D'ACQUISITIONS GOUVERNEMENTALES, personne morale de droit public légalement constituée en vertu de la Loi sur le Centre d'acquisitions gouvernementales (RLRQ, chapitre C-7.01) dont le siège est situé au 150, boulevard René-Lévesque Est, Québec (Québec) G1R 2B2, agissant pour le compte du ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS), représenté par M. François Vaillancourt, vice-président des acquisitions intersectorielles (VPAI) du Centre d'acquisitions gouvernementales, dûment autorisé ainsi qu'il le déclare;

ci-après appelé le « CAG »,

ET

COSSETTE MÉDIA INC., personne morale légalement constituée, ayant un établissement au 300, rue Saint-Paul, bureau 300, Québec (Québec) G1K 7R1, agissant par M. Axel Dumont, président, dûment autorisé ainsi qu'il le déclare,

ci-après appelé le « prestataire de services ».

1. INTERPRÉTATION

1.1 Documents contractuels

Le contrat est constitué des documents suivants :

- 1) le contrat dûment rempli et signé par les parties ainsi que les avenants au contrat;
- 2) la description des besoins élaborée par le CAG présentée à l'annexe 6;
- 3) le bordereau de prix du prestataire de services adjudicataire présenté à l'annexe 7.

En cas de conflit entre les termes de l'un ou l'autre de ces documents, les termes du document qui figure en premier dans la liste prévalent sur ceux des documents qui le suivent.

Le prestataire de services reconnaît avoir reçu une copie de l'ensemble de ces documents, les avoir lus et consent aux normes et aux conditions qui y sont énoncées.

Le présent contrat constitue la seule entente intervenue entre les parties et toute autre entente non reproduite au présent contrat est réputée nulle et sans effet.

1.2 Lois applicables et tribunal compétent

Le prestataire de services s'engage à respecter, dans l'exécution du présent contrat, les lois et règlements en vigueur au Québec applicables à l'exécution du présent contrat.

En cas de contestation, les tribunaux du Québec sont seuls compétents. Tout recours exercé par un fournisseur contre le CAG dans le cadre de cet appel d'offres doit être intenté dans le district judiciaire de Québec.

2. REPRÉSENTANT DES PARTIES

Le CAG aux fins de l'application du présent contrat, y compris pour toute approbation qui y est requise, désigne Mme Mireille Tremblay, directrice par intérim des acquisitions de commodité, pour le représenter. Si un remplacement était rendu nécessaire, le CAG en avise le prestataire de services dans les meilleurs délais.

De même, le prestataire de services désigne Mme Nathalie Bernier, vice-présidente, média et opérations, pour le représenter. Si un remplacement était rendu nécessaire, le prestataire de services en avise le CAG dans les meilleurs délais.

Dans les cas où il y a plusieurs représentants, chacun peut agir séparément et l'autorisation de l'un d'eux constitue une autorisation valide.

3. OBJET DU CONTRAT

Le CAG retient les services du prestataire de services pour effectuer les « Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 » pour le compte du MSSS, conformément au présent contrat.

Le mandat du prestataire de services est de réaliser les travaux requis par le CAG conformément aux exigences énoncées dans la description des besoins présentée à l'annexe 6 du présent contrat.

Malgré ce qui précède, le prestataire de services accepte que le CAG retire un ou des biens livrables sans pénalité.

4. DURÉE DU CONTRAT

Le présent contrat débute le 19 mars 2021 pour se terminer le 30 septembre 2021.

Malgré la date d'expiration fixée, tous les achats médias qui auront été négociés et effectués avant la date d'expiration de ce contrat sont rémunérés selon les modalités prévues au présent contrat, et ce, même si la date de diffusion découlant de ces achats est postérieure à la date d'expiration de ce contrat.

Le premier des événements suivants met fin au contrat :

- La date de fin du contrat;
- L'atteinte du montant maximal du contrat;
- L'entrée en vigueur du nouveau contrat qui succèdera le contrat 999733794 «Agence de placement média (APM)» ou, si une période de transition est nécessaire à la mise en place de ce nouveau contrat, la fin de cette période de transition.

5. OBLIGATIONS DES PARTIES

- 5.1** Le prestataire de services s'engage à réaliser le mandat comme décrit à l'article 3 du présent contrat.
- 5.2** Le CAG s'engage à respecter ses obligations envers le prestataire de services comme spécifié au présent contrat et à lui verser les sommes visées à l'article 6 selon les modalités décrites à l'article 9 du présent contrat.

6. PRIX

Pour la durée du mandat, le prestataire de services est rémunéré en fonction des pourcentages des commissions, des taux unitaires et des taux horaires soumis au bordereau de prix, comme précisé à l'annexe 7 du présent contrat.

Le montant maximal du contrat est fixé à 105 000 000 \$. Ce montant inclut la rémunération du prestataire de services (pourcentage des commissions, taux unitaires, taux horaires et bonification) ainsi que le montant net des achats médias effectués pour le compte du MSSS.

7. BONIFICATION

Le CAG s'engage à verser au prestataire de services une rémunération sous forme de bonification variant de 0,0 % à 0,5 % appliqué sur les achats bruts totaux réalisés, en conformité l'annexe 8 « Mode d'évaluation pour la bonification ».

8. ESCOMPTE DE PAIEMENT HÂTIF

Le prestataire de services doit accorder au CAG qui paie dans les dix jours ouvrables suivant la réception des factures, un escompte d'un et demi pourcent (1,5 %) calculé à partir du coût net en placement médias, soit le coût brut réel moins l'escompte de quinze pour cent (15 %) accordé par les médias aux agences accréditées.

Advenant un retard de plus de 15 jours à la conciliation imputable au CAG, le prestataire de services n'est pas tenu d'appliquer cet escompte.

9. MODALITÉS DE PAIEMENT

Le CAG peut se prévaloir d'un escompte de paiement anticipé (hâtif) (article 8 du présent contrat) selon les modalités de paiement établies à la section « Facturation et modalités de paiement » de l'annexe 9 du présent contrat.

Après vérification, le CAG, s'il ne se prévaut pas de l'escompte de paiement anticipé (hâtif), verse les sommes dues au prestataire de services dans les 30 jours qui suivent la date de réception de la facture, accompagnée de tous les documents requis.

Le CAG règle normalement les demandes de paiement conformément aux dispositions prévues au Règlement sur le paiement d'intérêts aux fournisseurs du gouvernement (RLRQ, chapitre C-65.1, r.8).

Le CAG se réserve le droit de procéder à toute vérification des demandes de paiement déjà acquittées.

10. ENGAGEMENT ET APPROBATION

Le prestataire de services ne doit pas prendre des engagements au nom du CAG concernant l'objet du contrat, sans son autorisation préalable.

Le CAG n'assume aucune responsabilité que ce soit concernant des frais engagés par le prestataire de services sans son approbation alors que celle-ci est requise en vertu de quelque disposition du présent contrat.

11. ASSURANCES

Le prestataire de services s'engage à remettre au CAG, lors de la signature du contrat, un certificat d'assurance libellé au nom du prestataire de services résumant la couverture accordée quant à la responsabilité civile générale de celui-ci, y incluant celle relative à tout dommage matériel, personnel, moral ou corporel, pour un montant de 2 000 000 \$. Le prestataire de services maintient l'assurance en vigueur pour toute la durée du contrat. En tout temps, le CAG se réserve le droit d'exiger du prestataire de services qu'il lui fournisse une preuve du renouvellement de son assurance.

12. AUTORISATION DE CONTRACTER

Lorsque le contrat comporte une dépense, incluant la dépense découlant de toute option prévue au contrat, qui est égale ou supérieure au montant déterminé par le gouvernement au regard de l'obligation de détenir une autorisation de contracter, le prestataire de services doit, à la date de la conclusion du contrat, être autorisé à contracter par l'Autorité des marchés publics.

Dans le cas d'un consortium qui n'est pas juridiquement organisé, seules les entreprises le composant doivent être individuellement autorisées à la date de la conclusion du contrat. Par contre, s'il s'agit d'un consortium juridiquement organisé en société en nom collectif, en société en commandite ou en société par actions, celui-ci doit, en tant que prestataire de services, être autorisé à contracter à cette date de même que chacune des entreprises le formant.

Toute entreprise qui souhaite être partie à un sous-contrat rattaché directement ou indirectement au présent contrat et dont le montant est égal ou supérieur au seuil déterminé par le gouvernement au regard de l'obligation de détenir une autorisation de contracter doit également être autorisée à contracter par l'Autorité des marchés publics.

13. MAINTIEN DE L'AUTORISATION DE CONTRACTER

Le prestataire de services doit, pendant toute la durée du contrat, maintenir son autorisation de contracter accordée par l'Autorité des marchés publics.

Dans le cas d'un consortium qui n'est pas juridiquement organisé, seules les entreprises le composant doivent individuellement maintenir leur autorisation de contracter pendant toute la durée du contrat.

Par contre, s'il s'agit d'un consortium juridiquement organisé en société en nom collectif, en société en commandite ou en société par actions, celui-ci doit, en tant que prestataire de services, maintenir son autorisation de contracter pendant toute la durée du contrat de même que chacune des entreprises le formant.

Dans l'éventualité où le prestataire de services, le consortium juridiquement organisé ou une entreprise composant un consortium voyait son autorisation de contracter révoquée, expirée ou non renouvelée en cours d'exécution du contrat, le prestataire de services, le consortium ou l'entreprise composant le consortium est réputé en défaut d'exécuter le contrat au terme d'un délai de 60 jours suivant, selon le cas, la date d'expiration de l'autorisation ou la date de notification de la décision de l'Autorité des marchés publics.

Toutefois, le prestataire de services, le consortium juridiquement organisé ou une entreprise composant tout consortium n'est pas réputé en défaut d'exécution lorsqu'il s'agit d'honorer les garanties au contrat ou du seul fait qu'il n'a pas fait sa demande de renouvellement dans le délai requis d'au moins 90 jours avant le terme de la durée de l'autorisation. Par conséquent, il peut, malgré la date d'expiration de son autorisation, continuer le contrat en cours d'exécution jusqu'à la décision de l'Autorité des marchés publics relative au renouvellement de l'autorisation.

14. DÉFAUT D'EXÉCUTION DU CONTRAT

Le prestataire de service inscrit au registre des entreprises non admissibles (RENA) est, sous réserve d'une permission du Conseil du trésor, réputé en défaut d'exécuter ce contrat au terme d'un délai de 60 jours suivant la date de son inadmissibilité.

Le ministre peut, dans les 30 jours suivant la notification de l'inadmissibilité et pour un motif d'intérêt public, demander au Conseil du trésor de permettre la poursuite de l'exécution du contrat. Le Conseil du trésor peut notamment assortir sa permission de conditions dont celle demandant que le prestataire de services soit soumis, à ses propres frais, à des mesures de surveillance et d'accompagnement. Par contre, la permission du Conseil du trésor n'est pas requise lorsqu'il s'agit de se prévaloir d'une garantie découlant du contrat.

Un prestataire de services qui ne peut poursuivre l'exécution d'un contrat public en application du premier alinéa de l'article 21.3.1 de la Loi sur les contrats des organismes publics (RLRQ, chapitre C-65.1) est réputé en défaut d'exécuter ce contrat.

15. PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

15.1 Définitions

« Renseignement personnel » : tout renseignement qui concerne une personne physique et qui permet de l'identifier.

15.2 Le prestataire de services s'engage envers le CAG à respecter chacune des dispositions applicables aux renseignements personnels ci-dessous énumérées; que ces renseignements lui soient communiqués dans le cadre de la réalisation de ce contrat ou soient générés à l'occasion de sa réalisation. Ainsi, le prestataire de services doit :

- 1) Informer son personnel des règles prévues à la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (Loi sur

l'accès) (RLRQ, chapitre A-2.1) et notamment, mais non limitativement, de celles prévues aux articles 53 à 60.1, 62, 64 à 67.2, 83, 89 et 158 à 164 ainsi que des obligations stipulées aux présentes dispositions et diffuser à cet égard toute l'information pertinente.

- 2) Rendre accessibles les renseignements personnels, au sein des membres de son personnel, uniquement à ceux qui ont qualité pour les recevoir, lorsqu'ils sont nécessaires à l'exercice de leurs fonctions et sont utilisés aux fins pour lesquelles ils ont été recueillis ou que la loi autorise leur utilisation.
- 3) Faire signer aux membres de son personnel, préalablement à l'accès à des renseignements personnels, des engagements au respect de la confidentialité de ces renseignements selon l'annexe 1 du présent document et les transmettre aussitôt au CAG, sous peine de se voir refuser l'accès aux locaux, à l'équipement du CAG ou aux données à être transmises par celui-ci, le cas échéant.
- 4) Ne pas communiquer les renseignements personnels, sans le consentement de la personne concernée, à qui que ce soit, sauf dans le cadre d'un sous-contrat et selon les modalités prévues au paragraphe 14.
- 5) Soumettre à l'approbation du CAG le formulaire de consentement à la communication de renseignements personnels de la personne concernée.
- 6) Utiliser les renseignements personnels uniquement pour la réalisation du contrat.
- 7) Recueillir un renseignement personnel au nom du CAG, dans les seuls cas où cela est nécessaire à la réalisation du contrat et informer préalablement toute personne visée par cette cueillette de l'usage auquel ce renseignement est destiné, ainsi que des autres éléments mentionnés à l'article 65 de la Loi sur l'accès.
- 8) Prendre toutes les mesures de sécurité propres à assurer la confidentialité des renseignements personnels, notamment celles prévues aux politiques, directives et autres règles de sécurité applicables à l'information gouvernementale et identifiées par le ministre ou l'organisme public, à toutes les étapes de la réalisation du contrat et, le cas échéant, les mesures identifiées à l'annexe 1 – Engagement de confidentialité, jointe au présent document.
- 9) Le prestataire de services doit, au moment de la signature du contrat, ***faire un choix parmi les trois options suivantes*** :
 - Ne conserver, à la fin du contrat, aucun document contenant un renseignement personnel, quel que soit le support, en les retournant au CAG dans les 60 jours suivant la fin du contrat et remettre au CAG une attestation écrite que lui et les membres de son personnel ont retourné tous ces documents.

OU

- Procéder, à ses frais, à la destruction des renseignements personnels en se conformant à la fiche d'information sur la destruction des documents contenant des renseignements personnels de la Commission d'accès à l'information du Québec jointe à l'annexe 2 ainsi qu'aux directives que lui remet le CAG, le cas échéant et transmettre à celui-ci, dans les 60 jours suivant la fin du contrat, l'Attestation de destruction des renseignements personnels jointe à l'annexe 3, signée par une personne autorisée qu'il a désignée à cette fin.

OU

- Confier la destruction des renseignements personnels à une entreprise spécialisée dans la récupération de ce type de renseignements, laquelle doit s'engager contractuellement à se conformer à la fiche d'information sur la destruction des documents contenant des renseignements personnels de la Commission d'accès à l'information du Québec jointe à l'annexe 2, ainsi qu'aux directives du CAG, le cas échéant. Le prestataire de services doit alors, dans les 60 jours suivant la fin du contrat de récupération, remettre au CAG l'Attestation de destruction des

renseignements personnels jointe à l'annexe 3, signée par le responsable autorisé de cette entreprise.

- 10) Informer, dans les plus brefs délais, le CAG de toute violation ou tentative de violation par toute personne des obligations prévues aux présentes dispositions ou de tout événement pouvant risquer de porter atteinte à la sécurité ou à la confidentialité des renseignements personnels.
- 11) Fournir, à la demande du CAG, toute l'information pertinente au sujet de la protection des renseignements personnels et lui donner accès, à toute personne désignée par le CAG, à la documentation, aux systèmes, aux données et aux lieux physiques relatifs au contrat afin de s'assurer du respect des présentes dispositions.
- 12) Se conformer aux objectifs et aux exigences de sécurité de l'information définis par le CAG.
- 13) Obtenir l'autorisation écrite du CAG avant de communiquer ou de transférer quelque donnée que ce soit, même à des fins techniques, hors du Québec.
- 14) Lorsque la réalisation du présent contrat est confiée, en tout ou en partie, à un sous-contractant et qu'elle comporte la communication de renseignements personnels par le prestataire de services au sous-contractant ou la collecte de renseignements personnels par le sous-contractant :
 - soumettre à l'approbation du CAG la liste des renseignements personnels communiqués au sous-contractant;
 - conclure un contrat avec le sous-contractant stipulant les mêmes obligations que celles prévues aux présentes dispositions;
 - exiger du sous-contractant qu'il s'engage à ne conserver, à l'expiration du sous-contrat, aucun document contenant un renseignement personnel, quel qu'en soit le support, et à remettre au prestataire de services, dans les 60 jours suivant la fin de ce contrat, un tel document.
- 15) Transmettre de façon sécuritaire les renseignements personnels lorsque ceux-ci sont communiqués par courriel ou Internet. Ces renseignements doivent nécessairement faire l'objet d'un chiffrement ou être protégés par un dispositif de sécurité éprouvé. Si les renseignements personnels sont acheminés par télécopieur, l'émetteur du document doit s'assurer que le récepteur est habilité à le recevoir et qu'il prend toutes les mesures nécessaires à la protection de ces renseignements. Toutefois, les parties peuvent convenir entre elles de tout autre moyen, telle la remise en mains propres, la messagerie ou la poste recommandée en indiquant toujours sur l'enveloppe la mention « personnel ».

15.3 La fin du contrat ne dégage aucunement le prestataire de services et le sous-contractant de leurs obligations et engagements relatifs à la protection des renseignements personnels. Les principales dispositions applicables se retrouvent notamment, mais non limitativement, aux articles 1, 9, 18 à 41.3, 53 à 60.1, 62, 64 à 67.2, 83, 89, 158 à 164.

La Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels peut être consultée à l'adresse suivante : <http://www.legisquebec.gouv.qc.ca/fr>.

16. REGISTRE DES ENTREPRISES NON ADMISSIBLES AUX CONTRATS PUBLICS (RENA)

Le prestataire de services ne doit pas être inscrit au registre des entreprises non admissibles aux contrats publics (RENA) ou, s'il y est inscrit, sa période d'inadmissibilité aux contrats publics doit être terminée.

Par contre, le Conseil du trésor peut, lors de circonstances exceptionnelles, permettre à un organisme public ou à un organisme visé à l'article 7 de la Loi sur les contrats des organismes publics (RLRQ, chapitre C-65.1) de conclure un contrat avec une entreprise inadmissible aux contrats publics ou permettre à une entreprise de conclure un sous-contrat rattaché

directement à un contrat public avec un sous-contractant inadmissible aux contrats publics. Le Conseil du trésor peut assortir cette permission de conditions, notamment celle que l'entreprise ou le sous-contractant inadmissible soit soumis, à ses frais, à des mesures de surveillance et d'accompagnement.

En outre, lorsqu'un organisme public ou un organisme visé à l'article 7 de la Loi sur les contrats des organismes publics (RLRQ, chapitre C-65.1) constate qu'il y a urgence et que la sécurité des personnes ou des biens est en cause, le dirigeant de cet organisme peut permettre de conclure un contrat avec une entreprise inadmissible aux contrats publics ou permettre à une entreprise de conclure un sous-contrat rattaché directement à un contrat public avec un sous-contractant inadmissible aux contrats publics. Le dirigeant de l'organisme doit toutefois en aviser par écrit le président du Conseil du trésor dans les 15 jours.

Les dispositions des deux paragraphes précédents s'appliquent également, avec les adaptations nécessaires, lorsqu'il s'agit de permettre la conclusion d'un contrat public ou d'un sous-contrat rattaché directement à un contrat public avec une entreprise qui ne détient pas une autorisation de contracter alors qu'une telle autorisation est requise.

17. DÉCLARATION CONCERNANT LES ACTIVITÉS DE LOBBYISME EXERCÉES AUPRÈS DE L'ORGANISME PUBLIC

À la signature du contrat, tout prestataire de services doit produire le formulaire « Déclaration concernant les activités de lobbyisme exercées auprès de l'organisme public relativement à l'attribution d'un contrat de gré à gré » joint à l'annexe 4 et dûment signée pour se voir octroyer le contrat. Dans ce formulaire, le prestataire de services déclare notamment qu'au sens de la Loi sur la transparence et l'éthique en matière de lobbyisme (RLRQ, chapitre T-11.011) et des avis émis par le Commissaire au lobbyisme :

- soit que personne n'a exercé pour son compte, que ce soit à titre de lobbyiste d'entreprises ou de lobbyiste-conseil, des activités de lobbyisme, préalablement à la déclaration;
- ou que des activités de lobbyisme ont été exercées pour son compte et qu'elles l'ont été en conformité avec cette loi, avec ces avis ainsi qu'avec le Code de déontologie des lobbyistes (c.T -11.011, r.2).

De plus, le prestataire de services reconnaît que, si le CAG a des motifs raisonnables de croire que des communications d'influence non conformes à la Loi sur la transparence et l'éthique en matière de lobbyisme et au Code de déontologie des lobbyistes ont eu lieu pour obtenir le contrat, une copie de la déclaration peut être transmise au Commissaire au lobbyisme par le CAG.

Ce formulaire doit être celui du CAG ou contenir les mêmes dispositions. Le défaut de produire cette déclaration peut entraîner la non-conclusion du contrat.

18. SOUS-CONTRAT

Le prestataire de services doit avoir toutes les ressources nécessaires pour réaliser la grande majorité de son contrat. Par conséquent, le prestataire de services ne peut pas retenir les services d'un sous-contractant, sauf en ce qui a trait à la production et à la transmission de matériel publicitaire et au placement médias à l'extérieur du Québec.

On entend par sous-traitance le fait de confier à un autre prestataire de services une partie du mandat.

Les sous-contractants doivent avoir un établissement au Québec ou dans un des territoires visés par les accords intergouvernementaux applicables.

Lorsque la réalisation du présent contrat implique la participation de sous-contractants, sa réalisation et les obligations qui en découlent demeurent alors sous la responsabilité du prestataire de services avec lequel le ministre a signé le contrat.

Le prestataire de services doit, avant de conclure tout sous-contrat requis pour l'exécution du contrat, s'assurer que chacun de ses sous-contractants n'est pas inscrit au registre des entreprises non admissibles aux contrats publics (RENA) ou, s'il y est inscrit, que sa période d'inadmissibilité aux contrats publics est terminée. De plus, si le montant d'un sous-contrat est égal ou supérieur au seuil déterminé par le gouvernement, le prestataire de services doit s'assurer que le sous-contractant est autorisé à contracter par l'Autorité des marchés publics.

19. ÉVALUATION ET ACCEPTATION DES TRAVAUX

Malgré toute autorisation ou approbation donnée pour fins de rémunération aux différentes étapes d'exécution du contrat, le CAG se réserve le droit, lors de la réception définitive des travaux ou de l'acceptation des services, de refuser, en tout ou en partie, les travaux ou les services qui n'ont pas été exécutés conformément aux exigences du présent contrat.

Le CAG fait connaître par avis écrit son refus d'une partie ou de l'ensemble des travaux exécutés par le prestataire de services dans les trente (30) jours de la réception définitive des travaux ou de l'acceptation des services. L'absence d'avis dans le délai prescrit signifie que le CAG accepte les travaux exécutés ou les services rendus par le prestataire de services.

Le CAG ne peut refuser les travaux exécutés ou les services rendus par le prestataire de services que pour une bonne et valable raison relative à la qualité du travail, compte tenu du mandat donné au prestataire de services et des attentes qui peuvent raisonnablement en découler.

Le CAG se réserve le droit de faire reprendre les travaux ou les services rendus ainsi refusés par un tiers ou par le prestataire de services, aux frais de ce dernier.

20. RESPONSABILITÉ DU CAG

Le CAG, agissant pour et au nom du ministère de la Santé et des Services sociaux (MSSS), est exonéré de toute responsabilité pour le préjudice pouvant résulter de son intervention, à moins que ce préjudice ne soit dû à sa faute intentionnelle ou à sa faute lourde.

21. REMPLACEMENT DES RESSOURCES

Le prestataire de services doit obtenir l'autorisation du CAG avant de procéder au remplacement de la ressource identifiée dans l'annexe 5.

Dans un tel cas, le CAG peut :

- Accepter le changement si la ressource proposée est équivalente à celle initialement identifiée et si le prestataire de services assume le transfert des connaissances;
- Refuser le changement s'il juge que la ressource proposée n'est pas équivalente à celle initialement proposée et obliger le prestataire de services à poursuivre avec la ressource initiale, à défaut de quoi, le contrat est résilié.

22. RÉSILIATION

22.1 Le CAG se réserve le droit de résilier ce contrat pour l'un des motifs suivants :

- 1) le prestataire de services fait défaut de remplir l'un ou l'autre des termes, conditions ou obligations qui lui incombent en vertu du présent contrat;
- 2) le prestataire de services cesse ses opérations de quelque façon que ce soit, y compris en raison de la faillite, liquidation ou cession de ses biens;

- 3) le prestataire de services lui a présenté des renseignements faux ou trompeurs ou lui a fait de fausses représentations;
- 4) le prestataire de services est déclaré coupable d'une infraction à la Loi fédérale sur la concurrence relativement à un appel d'offres public ou à un contrat conclu avec une administration publique au Canada sans toutefois avoir encore été inscrit au registre des entreprises non admissibles aux contrats publics (RENA).

Pour ce faire, le CAG adresse un avis écrit de résiliation au prestataire de services énonçant le motif de résiliation. S'il s'agit d'un motif de résiliation prévu au paragraphe 1), le prestataire de services doit remédier au défaut énoncé dans le délai prescrit à cet avis, à défaut de quoi ce contrat est automatiquement résilié, la résiliation prenant effet de plein droit à l'expiration de ce délai. S'il s'agit d'un motif de résiliation prévu au paragraphe 2), 3) ou 4), la résiliation prend effet de plein droit à compter de la date de la réception de l'avis par le prestataire de services.

Le prestataire de services a alors droit aux frais, déboursés et sommes représentant la valeur réelle des services rendus jusqu'à la date de la résiliation du contrat, conformément au présent contrat, sans autre compensation ni indemnité que ce soit, et ce, à la condition qu'il remette au CAG tous les travaux déjà effectués au moment de la résiliation. Si le prestataire de services avait obtenu une avance monétaire, il doit la restituer dans son entier.

Le prestataire de services est par ailleurs responsable de tous les dommages subis par le CAG du fait de la résiliation du contrat.

En cas de poursuite du contrat par un tiers, le prestataire de services doit notamment assumer toute augmentation du coût du contrat pour le CAG.

22.2 Le CAG se réserve également le droit de résilier ce contrat sans qu'il soit nécessaire pour lui de motiver la résiliation.

Pour ce faire, le CAG doit adresser un avis écrit de résiliation au prestataire de services. La résiliation prend effet de plein droit à la date de la réception de cet avis par le prestataire de services.

Le prestataire de services a alors droit aux frais, déboursés et sommes représentant la valeur réelle des services rendus jusqu'à la date de résiliation du contrat, conformément au présent contrat, sans autre compensation ou indemnité que ce soit et, notamment, sans compensation ni indemnité pour la perte de tous profits escomptés.

23. PROPRIÉTÉ MATÉRIELLE ET DROITS D'AUTEUR

23.1 Propriété matérielle

Les travaux réalisés par le prestataire de services en vertu du présent contrat, y compris tous les accessoires, qui sont remis au MSSS, deviennent sa propriété entière et exclusive et il peut en disposer à son gré.

23.2 Droits d'auteur

23.2.1 *Licence des droits d'auteur sur les travaux réalisés par le prestataire de services en faveur du ministre ou de l'organisme public*

Le prestataire de services accorde au MSSS une licence exclusive, transférable, permettant l'octroi de sous-licences et irrévocable, qui lui permet de reproduire, adapter, publier, communiquer au public par quelque moyen que ce soit, traduire, exécuter ou représenter en public tous les travaux réalisés par le prestataire de services en vertu du présent contrat de gré à gré, à des fins commerciales/non commerciales, pédagogiques, de consultation, de conservation ou pour toute fin jugée utile par le MSSS.

Cette licence est accordée avec limites territoriales et sans limites de temps.

Toute considération pour la licence de droits d'auteur consentie en vertu du présent contrat de gré à gré est incluse dans les taux et prix soumis à l'annexe 7 « Bordereau de prix ».

23.2.2 Renonciation aux droits moraux

Le prestataire de services s'engage à obtenir de l'auteur des travaux réalisés, en faveur du MSSS, une renonciation à son droit moral à l'intégrité de ceux-ci. Dans le cas où le prestataire de services est l'auteur des travaux réalisés, il renonce à son droit moral à l'intégrité de ceux-ci.

23.2.3 Garanties

Le prestataire de services garantit au MSSS qu'il détient tous les droits lui permettant de réaliser le présent contrat et, notamment, d'accorder la licence de droits d'auteur prévue à la clause LICENCE DE DROITS D'AUTEUR SUR LES TRAVAUX RÉALISÉS PAR LE PRESTATAIRE DE SERVICES EN FAVEUR DU MINISTRE OU DE L'ORGANISME PUBLIC et il se porte garant envers le MSSS contre tout recours, réclamation, demande, poursuite et toute autre procédure pris par toute personne relativement à l'objet de ces garanties.

Le prestataire de services s'engage à prendre fait et cause et à indemniser le MSSS advenant tout recours, réclamation, demande, poursuite et toute autre procédure pris par toute personne relativement à l'objet de ces garanties.

24. CONFLITS D'INTÉRÊTS

Le prestataire de services doit éviter toute situation qui met en conflit soit son intérêt propre, soit d'autres intérêts, notamment, mais sans limiter la généralité de ce qui précède, l'intérêt d'une de ses ressources, d'une de ses filiales ou d'une personne liée; dans le cas d'un consortium, l'intérêt d'une des constituantes versus l'intérêt de l'organisme public. Si une telle situation se présente ou est susceptible de se présenter, le prestataire de services doit immédiatement en informer le CAG qui peut, à sa seule discrétion, émettre une directive indiquant au prestataire de services, comment remédier à ce conflit d'intérêts ou résilier le contrat.

Le présent article ne s'applique pas à un conflit pouvant survenir sur l'interprétation ou l'application du contrat.

25. CESSION DE CONTRAT

Les droits et obligations contenus au présent contrat ne peuvent, sous peine de nullité, être cédés, en tout ou en partie, sans l'autorisation du CAG.

Le CAG peut céder à tout organisme public au sens de l'article 4 de la Loi sur le Centre d'acquisitions gouvernementales (RLRQ, chapitre C-7.01), en tout ou en partie, sans l'autorisation du prestataire de services, les droits et obligations contenus au présent contrat.

26. LIEN D'EMPLOI

Le prestataire de services est la seule partie patronale à l'égard de l'ensemble du personnel qu'il affecte à l'exécution du contrat visé par le présent contrat et il doit en assumer tous les droits, obligations et responsabilités.

27. ATTESTATION DE REVENU QUÉBEC

Tout prestataire de services ayant un établissement au Québec doit transmettre au CAG, une attestation valide délivrée par l'Agence du revenu du Québec, nommée « Attestation de Revenu Québec ». Cette attestation du prestataire est valide jusqu'à la fin de la période de trois mois qui suit le mois au cours duquel elle a été délivrée.

Cette attestation indique que, à sa date de délivrance, le prestataire de services a produit les déclarations et les rapports qu'il doit produire en vertu des lois fiscales et qu'il n'a pas de compte payable en souffrance à l'endroit du ministre du Revenu du Québec, notamment lorsque son recouvrement a été légalement suspendu ou lorsque des dispositions ont été convenues avec lui pour en assurer le paiement et qu'il n'est pas en défaut à cet égard.

L'attestation du prestataire doit être valide à la date et l'heure limites fixées pour la réception des soumissions et ne doit pas avoir été délivrée après cette limite.

Un prestataire de services qui transmet une attestation de Revenu Québec contenant des renseignements faux ou inexacts, qui produit pour lui-même l'attestation d'un tiers ou qui déclare faussement qu'il ne détient pas l'attestation requise commet une infraction.

De plus, commet une infraction quiconque aide une personne, par un acte ou une omission, à contrevenir aux dispositions du paragraphe précédent ou, par un encouragement, un conseil, un consentement, une autorisation ou un ordre, l'amène à y contrevenir.

Quiconque commet de telles infractions est passible d'une amende de 5 000 \$ à 30 000 \$ dans le cas d'une personne physique et de 15 000 \$ à 100 000 \$ dans les autres cas. En cas de récidive dans les cinq ans, le montant des amendes minimales et maximales prévues est doublé.

28. REMBOURSEMENT DE DETTE FISCALE

L'article 31.1 de la Loi sur l'administration fiscale (RLRQ, chapitre A-6.002) et l'article 53 de la Loi facilitant le paiement des pensions alimentaires (LFPPA) (RLRQ, chapitre P-2.2) s'appliquent lorsque le prestataire de services est redevable d'un montant exigible en vertu d'une loi fiscale ou de la LFPPA. Ainsi, l'organisme public acquéreur, dans le cas où ce dernier est un organisme public comme défini à l'article 31.1.4 de la Loi sur l'administration fiscale, peut transmettre tout ou partie du montant payable en vertu du présent contrat au ministre du Revenu, à sa demande, afin que ce montant soit affecté au paiement de cette dette.

29. ATTESTATION OU CERTIFICAT CONFORME DE L'OFFICE QUÉBÉCOIS DE LA LANGUE FRANÇAISE

Cette politique s'applique aux contrats octroyés par le gouvernement, ses ministères et les organismes gouvernementaux décrits aux sous-paragraphe 1 et 2 du paragraphe A de l'annexe de la Charte de la langue française.

Afin de respecter une exigence de la Politique gouvernementale relative à l'emploi et à la qualité de la langue française dans l'Administration, un prestataire de services ayant un établissement au Québec qui, durant une période de 6 mois, emploie 50 personnes ou plus et qui est assujéti au chapitre V du titre II de la Charte (La francisation des entreprises) doit, pour se voir octroyer un contrat, une subvention ou autre avantage, quelle qu'en soit la valeur, posséder l'une ou l'autre des pièces suivantes émises par l'Office québécois de la langue française (OQLF) :

- une attestation d'inscription émise depuis moins de 18 mois;
- une attestation d'application d'un programme de francisation;
- un certificat de francisation.

En conséquence, le prestataire de services a fourni au CAG le document exigé faisant foi du respect de cette exigence.

Le prestataire de services dont le nom apparaît sur la « Liste des entreprises non conformes au processus de francisation » établi par l'Office québécois de la langue française ne peut se voir octroyer un contrat.

30. PROGRAMME D'OBLIGATION CONTRACTUELLE (Égalité dans l'emploi)

L'adjudicataire du Québec dont l'entreprise compte plus de cent (100) employés et dont le contrat s'élève à 100 000 \$ ou plus, doit se soumettre aux conditions du programme d'accès à l'égalité en emploi.

Le programme d'accès à l'égalité en emploi de l'entreprise doit respecter les critères énoncés à la section 5 du formulaire « Identification et engagement – Programme d'obligation contractuelle – Égalité en emploi ».

Le programme s'applique aussi aux sous-contractants dont l'entreprise compte plus de cent (100) employés et dont le contrat s'élève à 100 000 \$ ou plus.

31. APPLICATION DE LA TVQ ET DE LA TPS

Les services requis et payés par le CAG avec les deniers publics pour son utilisation propre sont assujettis aux taxes de vente applicables (taxe de vente du Québec [TVQ] et taxe sur les produits et services [TPS] ou, le cas échéant, taxe de vente harmonisée [TVH]) et, par conséquent, ces taxes doivent être facturées et doivent apparaître séparément dans l'« Offre de prix ».

32. FORCE MAJEURE

32.1 Définition

Tout événement imprévisible, irrésistible et indépendant de la volonté des parties qui survient en cours de contrat et qui rend impossible l'exécution, en tout ou en partie, d'une obligation prévue au contrat.

Ne constitue pas un cas de force majeure, une situation qui rend plus difficile ou plus onéreuse l'exécution de l'obligation.

32.2 Application

Lorsque le prestataire de services invoque une situation de force majeure, il doit sans délai en aviser le CAG. Il doit également, par écrit :

- Indiquer la situation de force majeure invoquée;
- Expliquer en quoi la situation de force majeure rend impossible l'exécution de son obligation;
- Indiquer les mesures qu'il propose dans le contexte de la situation de force majeure (par exemple : suspension de l'obligation, réduction de l'obligation, annulation de l'obligation, etc.).

Par la suite, le CAG peut, à sa seule discrétion, accepter la mesure proposée ou en proposer une autre. Il peut également résilier le contrat.

Lorsque le CAG invoque une situation de force majeure, il avise sans délai le prestataire de services des mesures qu'il a mises en place en raison de la situation de force majeure.

La partie ayant invoqué la situation de force majeure doit aviser par écrit l'autre partie dès la cessation de l'événement constitutif de la force majeure.

33. MODIFICATION DU CONTRAT

Toute modification au contenu du présent contrat doit faire l'objet d'une entente écrite entre les parties. Cette entente ne peut changer la nature du contrat et elle en fait partie intégrante.

34. RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS

Si un différend survient dans le cours de l'exécution du contrat ou sur son interprétation, les parties s'engagent, avant d'exercer tout recours, à rechercher une solution amiable à ce différend et, si besoin est, à faire appel à un tiers, selon des modalités à convenir, pour les assister dans ce règlement.

35. COMMUNICATIONS

Tout avis exigé en vertu du présent contrat, pour être valide et lier les parties, doit être donné par écrit et être transmis par un moyen permettant de prouver la réception à un moment précis, aux coordonnées suivantes :

Le Centre d'acquisitions gouvernementales :

M^{me} Mireille Tremblay
Directrice par intérim
Direction des acquisitions de commodité
Direction générale des acquisitions intersectorielles
880, chemin Sainte-Foy, 9^e étage
Québec (Québec) G1S 2L2
Téléphone : 418 781-1919, poste 3310
Courriel : mireille.tremblay2@cag.gouv.qc.ca

Le prestataire de services :

M^{me} Nathalie Bernier
Vice-présidente, média et opérations
Cossette média inc.
300, rue Saint-Paul, bureau 300
Québec (Québec) G1K 7R1
Téléphone : 418 956-0507
Télécopieur : 418 647-2646
Courriel : nathalie.bernier@cossettemedia.com

Tout changement d'adresse de l'une des parties doit faire l'objet d'un avis à l'autre partie.

EN FOI DE QUOI, les parties ont signé à la date indiquée ci-dessous :

Pour le Centre d'acquisitions gouvernementales,



François Vaillancourt
Vice-président des acquisitions intersectorielles

12 avril 2021

date

Pour Cossette média inc.,



Axel Dumont
Président

14 avril 2021

date

ANNEXE 1 – ENGAGEMENT DE CONFIDENTIALITÉ

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

Je soussigné(e), _____ Axel Dumont _____,
(nom de la personne)
exerçant mes fonctions au sein de _____ Cossette Média Inc. _____,
(nom du prestataire de services)
déclare formellement ce qui suit :

1. Choisir une des deux (2) options suivantes : (cochez la case appropriée)

- Je suis un(e) employé(e) de cette entreprise, et, à ce titre, j'ai été affecté(e) à l'exécution du mandat faisant l'objet du contrat de services précité, intervenu entre le CAG et mon employeur en date du 14 avril 2021.
- Je suis un(e) sous-contractant(e) de cette entreprise, et, à ce titre, j'ai été affecté(e) à l'exécution du mandat faisant l'objet du contrat de services précité, intervenu entre le CAG et cette entreprise en date du _____.

2. Je m'engage, sans limites de temps, à garder le secret le plus entier, à ne pas communiquer ni permettre que soit communiqué à quiconque quelque renseignement ou document, quel qu'en soit le support, qui me sera communiqué ou dont je prendrai connaissance dans l'exercice ou à l'occasion de l'exécution de mes fonctions, à moins d'avoir été dûment autorisé(e) à ce faire par le CAG ou par l'un de ses représentants autorisés.
3. Je m'engage également, sans limites de temps, à ne pas faire usage d'un tel renseignement ou document à une fin autre que celle s'inscrivant dans le cadre des rapports contractuels entretenus entre mon employeur et le CAG.
4. J'ai été informé(e) que le défaut par le (la) soussigné(e) de respecter la totalité ou une partie du présent engagement de confidentialité m'expose ou expose mon employeur à des recours légaux, des réclamations, des poursuites ou toutes autres procédures en raison du préjudice causé envers quiconque est concerné par le contrat précité.
5. Je confirme avoir lu les termes du présent engagement et en avoir saisi toute la portée.

ET J'AI SIGNÉ À Québec

CE 14ème JOUR DU MOIS DE Avril DE L'AN 2021


(signature du déclarant ou de la déclarante)

ANNEXE 2 – FICHE D'INFORMATION SUR LA DESTRUCTION DES DOCUMENTS CONCERNANT DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

Tout organisme ou toute entreprise privée qui recueillent, détiennent, utilisent ou communiquent des renseignements personnels doivent mettre en place des mesures de sécurité propres à préserver le caractère confidentiel de ces données. Cette obligation découle à la fois de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* et de la *Loi sur la protection des renseignements personnels dans le secteur privé*. À la suite d'incidents majeurs qui lui ont été signalés, la Commission d'accès à l'information a réfléchi sur les moyens à prendre pour assurer la protection du caractère confidentiel des renseignements personnels au moment de leur destruction.

Au sein de l'organisme ou de l'entreprise, il est important que chaque employé, à son poste de travail, se sente responsable d'assurer la protection des renseignements personnels qu'il traite. C'est ainsi qu'il ne doit pas jeter au rebut les documents, cartes de mémoire flash, clés USB, disques durs d'ordinateur, CD, DVD, etc. qui en contiennent, sans s'être assuré au préalable que leur contenu ne peut être reconstitué.

La Commission suggère aux organismes et entreprises de désigner une personne qui sera responsable de mettre en place et de surveiller l'application d'une politique sur la destruction de documents contenant des renseignements personnels.

Le déchiquetage de documents sur support papier, le formatage de médias numériques réutilisables et la destruction physique de médias numériques non réutilisables demeurent les meilleures méthodes de destruction des documents confidentiels. Si les spécifications techniques de la déchiqueteuse de l'entreprise ne répondent pas au volume des documents sur support papier à détruire, il faut les entreposer dans un endroit fermé à clé avant de les confier à une entreprise spécialisée de récupération de papier.

La Commission voit mal comment la destruction des documents contenant des renseignements personnels puisse s'effectuer sur la foi d'une simple entente verbale. Aussi, un contrat en bonne et due forme concernant la destruction des documents devrait-il contenir au moins des clauses spécifiant :

- le procédé utilisé pour la destruction des documents;
- la nécessité d'un accord préalable entre les parties avant de confier la destruction des documents confidentiels à un sous-contractant;
- les pénalités aux dépens de l'entreprise de récupération si elle ne respecte pas ses engagements.

En outre, dans ce même contrat, la Commission est d'avis que l'entreprise de récupération devrait :

- reconnaître que les renseignements personnels contenus dans les documents sont de nature confidentielle;
- faire signer un engagement à la confidentialité à toute personne qui aura à manipuler ces documents;
- s'engager à ce que les documents soient entreposés dans des locaux sécuritaires et qu'ils soient toujours sous bonne garde jusqu'à leur destruction;
- veiller à limiter de façon très stricte l'accès aux lieux où les documents sont entreposés ou transformés;
- s'engager à ne pas céder les documents en sa possession à des tiers à des fins autres que la transformation du papier préalablement et obligatoirement déchiqueté;
- assurer à son client le droit d'avoir accès en tout temps à ses installations, toute la durée du contrat;
- voir à la destruction totale des documents qui ne font pas l'objet d'une transformation;
- faire rapport à son client lors de la destruction des documents reçus.

**ANNEXE 3 – ATTESTATION DE DESTRUCTION DES RENSEIGNEMENTS
PERSONNELS**

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

Je soussigné(e), _____
Prénom et nom de l'employé(e)

exerçant mes fonctions au sein de _____

dont le bureau principal est situé à l'adresse _____

_____ ,
déclare solennellement que je suis dûment autorisé(e) pour certifier que les renseignements
personnels communiqués par le CAG ou toute autre personne dans le cadre du projet octroyé
à _____

Nom du prestataire de services

et qui prend fin le _____, ont été détruits selon les méthodes
suivantes : *Date*

(cochez la case appropriée.)

<input type="checkbox"/>	par déchiquetage : renseignements sur support papier
<input type="checkbox"/>	par destruction logique et effacement physique en utilisant un logiciel de réécriture : renseignements sur support informatique
<input type="checkbox"/>	par un autre mode de destruction : préciser le support et le mode de destruction _____ _____ _____

EN FOI DE QUOI, J'AI SIGNÉ À _____, CE _____ JOUR DU
MOIS DE _____ DE L'AN _____.

(signature de l'employé(e))

À remplir, seulement, après la destruction des renseignements. Cependant, vous devez **cocher une** des cases
de l'article 15 du présent contrat, **au moment de sa signature.**

**ANNEXE 4 – DÉCLARATION CONCERNANT LES ACTIVITÉS DE LOBBYISME
EXERCÉES AUPRÈS DE L'ORGANISME PUBLIC RELATIVEMENT À
L'ATTRIBUTION DU CONTRAT DE GRÉ À GRÉ**

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

JE SOUSSIGNÉ (E), Axel Dumont, président,

(NOM ET TITRE DE LA PERSONNE AUTORISÉE PAR LE PRESTATAIRE DE SERVICES)

ATTESTE QUE LES DÉCLARATIONS CI-APRÈS SONT VRAIES ET COMPLÈTES À TOUS LES ÉGARDS

AU NOM DE : Cossette Média inc.,

(NOM DU PRESTATAIRE DE SERVICES)

(CI-APRÈS APPELÉ LE « PRESTATAIRE DE SERVICES »)

JE DÉCLARE CE QUI SUIT :

1. J'AI LU ET JE COMPRENDS LE CONTENU DE LA PRÉSENTE DÉCLARATION;
2. JE SUIS AUTORISÉ(E) PAR LE PRESTATAIRE DE SERVICES À SIGNER LA PRÉSENTE DÉCLARATION;
3. LE PRESTATAIRE DE SERVICES DÉCLARE (COCHER L'UNE OU L'AUTRE DES DÉCLARATIONS SUIVANTES) :

QUE PERSONNE N'A EXERCÉ POUR SON COMPTE, QUE CE SOIT À TITRE DE LOBBYISTE D'ENTREPRISE OU DE LOBBYISTE-CONSEIL, DES ACTIVITÉS DE LOBBYISME, AU SENS DE LA LOI SUR LA TRANSPARENCE ET L'ÉTHIQUE EN MATIÈRE DE LOBBYISME (RLRQ, CHAPITRE T-11.011) ET DES AVIS ÉMIS PAR LE COMMISSAIRE AU LOBBYISME*, PRÉALABLEMENT À CETTE DÉCLARATION RELATIVEMENT À LA PRÉSENTE ATTRIBUTION DU CONTRAT;

QUE DES ACTIVITÉS DE LOBBYISME, AU SENS DE LA LOI SUR LA TRANSPARENCE ET L'ÉTHIQUE EN MATIÈRE DE LOBBYISME ET DES AVIS ÉMIS PAR LE COMMISSAIRE AU LOBBYISME*, ONT ÉTÉ EXERCÉES POUR SON COMPTE ET QU'ELLES L'ONT ÉTÉ EN CONFORMITÉ AVEC CETTE LOI, AVEC CES AVIS AINSI QU'AVEC LE CODE DE DÉONTOLOGIE DES LOBBYISTES*, PRÉALABLEMENT À CETTE DÉCLARATION RELATIVEMENT AU PRÉSENT CONTRAT (RLRQ, CHAPITRE T-11.011, R.2).

4. JE RECONNAIS QUE, SI LE CAG A DES MOTIFS RAISONNABLES DE CROIRE QUE DES COMMUNICATIONS D'INFLUENCE NON CONFORMES À LA LOI SUR LA TRANSPARENCE ET L'ÉTHIQUE EN MATIÈRE DE LOBBYISME ET AU CODE DE DÉONTOLOGIE DES LOBBYISTES* ONT EU LIEU POUR OBTENIR LE CONTRAT, UNE COPIE DE LA PRÉSENTE DÉCLARATION POURRA ÊTRE TRANSMISE AU COMMISSAIRE AU LOBBYISME PAR LE CAG.

ET J'AI SIGNÉ,



(SIGNATURE)

14 avril 2021

(DATE)

* LA LOI, LE CODE ET LES AVIS ÉMIS PAR LE COMMISSAIRE AU LOBBYISME SONT DISPONIBLES À CETTE ADRESSE :
[HTTPS://WWW.COMMISSAIRELOBBY.QC.CA/LOI-ET-REGLEMENTS/](https://www.commissairelobby.qc.ca/loi-et-reglements/)

ANNEXE 5 – RESSOURCE PROPOSÉE

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

Titre	Ressource
Chargée de projet (ressource stratégique)	Nathalie Bernier

ANNEXE 6 – DESCRIPTION DES BESOINS

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

➤ **Rôle et responsabilités du CAG :**

- assurer le contrôle des achats médias effectués par le prestataire de services et en évaluer la qualité;
- s'assurer que le gouvernement, notamment le MSSS, obtienne la valeur optimale dans ses achats médias et qu'il bénéficie des avantages offerts aux organismes publics les plus importants;
- conseiller et accompagner le MSSS en matière de placements médias;
- s'assurer de la satisfaction du MSSS et du Secrétariat à la communication gouvernementale (SCG) du ministère du Conseil exécutif (MCE), ce dernier étant le principal approbateur des campagnes mises de l'avant par le gouvernement relativement à la pandémie actuelle, et intervenir auprès du prestataire de services afin que des ajustements soient apportés, le cas échéant;
- répondre aux demandes des différentes autorités (CAG, MSSS, SCG) en matière d'investissements publicitaires;
- organiser, au besoin, des rencontres ou conférences téléphoniques avec le MSSS, l'agence participante et le prestataire de services, pour préciser les besoins ou mettre en place des stratégies médias efficaces;
- veiller au respect de l'ensemble des dispositions contractuelles relatives au contrat;
- payer le prestataire de services mensuellement pour les achats effectués et ce, dans les délais définis (annexe 9 – Facturation et modalités de paiement);
- facturer, sur une base mensuelle, le MSSS pour l'ensemble des placements médias exécutés (annexe 9 « Facturation et modalités de paiement »);
- évaluer, la qualité du travail effectué par le prestataire de services à la fin du présent mandat (annexe 8 – Mode d'évaluation pour la bonification);

➤ **Rôle et responsabilités du prestataire de services :**

- effectuer les achats médias liés à la COVID-19 en fonction des tarifs négociés par l'agence de placement médias avec l'ensemble des fournisseurs (contrat n° 999733794) et mettre ces guides de coûts à la disposition du CAG via l'interface web déjà utilisée et ce, tout en respectant les objectifs signifiés par le CAG, le SCG et le MSSS;
- informer le CAG, le SCG et le MSSS de toute problématique rencontrée lors de l'achat média. Par exemple : non disponibilité d'inventaire, budget non suffisant, erreurs de coûts planifiés, etc.;
- informer le CAG, le SCG et le MSSS du montant des économies réalisées lors de l'achat média et vérifier si ces montants doivent être réinvestis;
- transmettre les prévisions budgétaires et les détails d'achats au CAG;
- transmettre au CAG et au MSSS la liste des médias achetés lors de campagnes télévision et radio;
- soumettre un plan d'achat Internet (sites sélectionnés) au CAG et au MSSS afin d'obtenir son approbation;
- acheminer les instructions de routage aux médias;
- produire les différents rapports de campagnes tels que précisés ci-dessous (suivis et rapports);

- assurer le suivi des placements : réviser les prévisions budgétaires, négocier les compensations, vérifier les affidavits et en aviser le CAG;
- payer les fournisseurs médias dans les délais prescrits.

Suivis et rapports

Afin que le CAG, le SCG et le MSSS puissent connaître les résultats des achats médias, plusieurs rapports de campagnes doivent être produits. Voici la liste des rapports exigés. Le format et l'information présentée dans ces rapports feront l'objet d'une entente et pourraient évoluer au cours du contrat. Par ailleurs, d'autres rapports pourraient être nécessaires pour satisfaire aux pratiques et aux normes courantes de l'industrie :

- fournir, sur une base hebdomadaire, les résultats d'auditoires télévision pour l'ensemble des réseaux conventionnels ainsi que des rapports sommaires après chaque saison, pour les groupes cibles déterminés;
- fournir mensuellement des rapports de performance des campagnes d'achats de mots clés. De tels rapports peuvent être demandés à la mi-campagne si la durée du placement est inférieure à quatre semaines;
- produire, pour toutes les campagnes ou phases radio et télévision, des pré-analyses qui rendent compte de l'atteinte des objectifs planifiés et les acheminer au CAG, deux semaines avant le début des campagnes, si les délais d'achat le permettent;
- produire, pour toutes les campagnes ou phases radio et télévision, des analyses post-sondage qui rendent compte des résultats réels obtenus et en faire la présentation au CAG.
- pour tous les projets numériques, produire des rapports post-achats qui rendent compte de l'atteinte des objectifs planifiés et les acheminer au CAG ainsi qu'au MSSS le cas échéant, deux semaines avant le début des campagnes, si les délais d'achat le permettent ou dans les meilleurs délais, le cas échéant;
- pour tous les achats numériques, transmettre à la mi-campagne au CAG les résultats préliminaires de la campagne ainsi qu'un rapport détaillé à la fin de la campagne;
- pour tous les achats numériques, transmettre une attestation du serveur publicitaire au CAG dans un délai de 2 à 3 jours après le début de la campagne afin de confirmer la mise en ligne de celle-ci.

➤ **Rôle et responsabilités de l'agence participante :**

- formuler des recommandations médias aux clients (le SCG et le MSSS) dans le contexte d'une campagne publicitaire;
- préparer des plans médias complets et exacts, c'est-à-dire comprenant l'ensemble de l'information qui permettra au prestataire de services d'effectuer les achats dans les délais requis : identification des médias, des formats, des coûts planifiés, des dates de parution, de la période de diffusion, des objectifs quantitatifs et qualitatifs de façon précise et explicite;
- produire les plans médias à partir des guides de planification des coûts produits par le prestataire de services;
- consentir 4 % du budget média dans les médias communautaires qui sont inclus dans les guides de coûts des médias communautaires produits par l'agence de placement médias avec l'ensemble des fournisseurs (contrat n° 999733794), étant reconnus comme tels par le MCC;
- tenir des rencontres ou des conférences téléphoniques avec le prestataire de services et avec le CAG, le cas échéant afin de préciser les objectifs de leur campagne;
- élaborer des plans d'achats Internet;
- produire le matériel publicitaire et en effectuer la transmission aux médias dans les délais prescrits;
- produire les instructions de routage;
- facturer l'ensemble de ses frais, honoraires et commissions au MSSS.

➤ Biens livrables à produire ou types de services à fournir :

La section qui suit décrit l'ensemble des biens livrables à produire et des obligations que le prestataire de services s'engage à respecter à compter du 19 mars 2021. Les exigences sont regroupées en cinq (5) sous-catégories de services et celles-ci serviront au processus d'évaluation du prestataire de services à la fin du présent mandat :

1. Gestion et coordination du compte

Le prestataire de services doit utiliser l'infrastructure opérationnelle déjà en place et utilisée actuellement avec le CAG, qui permet de répondre rapidement à toute demande ou tout besoin formulés par le CAG. Elle doit garantir la prestation au moment adéquat et mettre en place une structure permettant de répondre aux urgences survenant en dehors des heures régulières.

La collaboration des tous les intervenants est essentielle à toutes les étapes de réalisation d'une campagne; que ce soit pour le breffage sur les objectifs à atteindre, l'élaboration de plans d'achats Internet, la transmission d'information post-campagnes, la transmission de coûts médias, etc. Le prestataire de services peut aussi être appelé à tenir des rencontres et assister, au besoin, à des rencontres ou des conférences téléphoniques organisées par le CAG.

Le prestataire de services devra également poursuivre l'utilisation du site Web sécurisé actuellement exploité avec le CAG, permettant de partager avec le CAG des documents utiles à la bonne coordination du compte. Son contenu accessible devra être à jour en tout temps. Le site déployé offre les fonctionnalités suivantes :

- Téléchargement des guides de coûts à jour
- Téléchargement des rapports post-achat télévision, radio et Internet
- Téléchargement des rapports post-sondage télévision et radio
- Répertoire téléphonique
- Téléchargement d'autres documents qui peuvent être utilisés (demandes de coûts, réquisitions d'achats, etc.)

Il sera important que ce site soit mis à jour par le prestataire de services mensuellement.

Le prestataire de services agit à titre de conseiller auprès du CAG et formule des recommandations quant à l'utilisation de chaque type de média. Il doit procéder à une évaluation régulière de la pertinence et de la qualité des plans et des stratégies médias qui lui sont soumis. Tout questionnement portant sur la pertinence de certains choix médias (doublement, placement inapproprié, plan médias inadéquat ou incomplet, choix récurrent d'année en année, formats erronés, etc.) et toute offre pouvant se présenter en cours d'exécution des achats doit être soumis au CAG. Au besoin, le prestataire de services formule des recommandations judicieuses dans l'optique d'optimiser le plan médias en fonction des contraintes et des possibilités de chaque média. Par ailleurs, le prestataire de services est régulièrement interpellé pour la réalisation de plans médias d'envergure ou essentiellement numériques.

Le prestataire de services doit participer à des rencontres ou à des conférences téléphoniques statutaires aux deux (2) semaines avec le CAG.

2. Achats médias

Les achats médias s'effectuent dans un large éventail de médias. Le prestataire de services doit donc posséder une connaissance de pointe des médias nationaux, régionaux et ethniques et être à l'affût des tendances en matière de nouveaux médias et informer le CAG. Une connaissance des médias communautaires est également nécessaire puisque 4 % du budget doit être consacré annuellement à ce type médias, **tous médias confondus**.

Il est également important de préciser que les achats numériques ont connu une forte croissance au cours des dernières années. Cette croissance touche particulièrement tous les types de placements numériques; que ce soit des bannières, de la vidéo, des achats sur les

médias sociaux ou encore, des achats de mots clés. Le prestataire de services doit être en mesure de s'adapter et d'offrir un suivi de campagne rigoureux ainsi que les services d'optimisation attendus. Il doit également être en mesure de s'adapter aux nouvelles tendances en matière d'achats médias, tels que les achats programmatiques. En ce sens, il doit disposer des outils et des ressources humaines nécessaires pour offrir un service **optimal**.

Plus précisément, le prestataire de services doit, en matière d'achats médias liés à la COVID-19 :

- procéder aux achats médias selon les meilleures disponibilités de temps d'antenne et d'espace, dans les meilleurs délais possible, tout en respectant les exigences spécifiques du MSSS. Le prestataire de services veille en tout temps à l'exécution fidèle des demandes d'achat et il exerce la vigilance nécessaire pour en assurer la qualité, l'exactitude et la promptitude d'exécution.
- effectuer les achats dans les **3 jours ouvrables suivant la réception** de la demande de placement médias de la part du CAG. En situation d'urgence, le prestataire de services doit être en mesure de donner suite à une demande d'achat dans les 3 heures suivant sa réception. Ces situations d'urgence sont peu fréquentes, mais elles exigent du prestataire de services une interaction immédiate avec les médias fournisseurs. De telles situations peuvent parfois survenir en dehors des heures régulières de travail;
- mettre en place un mécanisme de contrôle qui évite des doublons dans les achats Internet;
- collaborer avec le MSSS afin que les achats médias soient conformes aux objectifs et s'assurer d'une bonne structure de travail et l'informer, ainsi que le CAG, de toute problématique rencontrée en cours d'achats ainsi que des économies réalisées, s'il y a lieu;
- acheminer les instructions de routage aux médias sélectionnés;
- utiliser, à moins d'avis contraire, un serveur publicitaire afin de s'assurer de l'optimisation des achats numériques en temps réel, des campagnes et de la performance des sites. Le prestataire de services peut utiliser son propre serveur ou requérir les services d'un fournisseur externe, le cas échéant. Le choix du serveur utilisé doit être soumis au CAG et approuvé par celui-ci. Les coûts totaux engendrés par l'utilisation du serveur publicitaire doivent être inclus dans le pourcentage de commission proposé pour les achats « Internet plus » indiqués au « Bordereau de prix soumis » (Annexe 7). Ils doivent inclure tous les frais liés à l'utilisation de façon à offrir un service complet. Par ailleurs, le CAG n'est pas dans l'obligation de confier l'utilisation d'un serveur publicitaire au prestataire de services.
- mettre en place les moyens nécessaires pour s'assurer que les campagnes Internet sont protégées et à l'abri d'une fraude de la part des fournisseurs médias;
- tenir un registre des bonifications, pré-compensations et compensations obtenues par campagne, et en déterminer la valeur;

Étant donné que plusieurs agences comptent des médias parmi leur clientèle (que ce soit les agences médias ou les agences de planification), le prestataire de services doit s'assurer d'être totalement impartial à tous les niveaux dans la sélection des médias tout en privilégiant l'efficacité des campagnes. Dans ce contexte, le CAG pourrait intervenir auprès du prestataire de services en lui demandant notamment des justifications sur des choix médias. Une liste des clients médias du prestataire de services pourrait également être exigée.

2.1 Éthique

Le prestataire de services se doit de respecter une éthique de travail dans la réalisation des demandes confiées en planification médias ainsi que lors des achats médias. À cet effet, elle doit orienter ses actions sur la base de la performance des achats et ne jamais offrir un avantage indu à un client média.

Le prestataire de services doit signaler au CAG si un plan média préparé par une agence participante déroge aux principes d'éthique. Aussi, le CAG pourra soumettre au prestataire de services un plan média préparé par un tiers aux fins d'évaluation de la qualité.

Le prestataire de services devra en outre transmettre au CAG la liste de ses clients médias préalablement à la signature du contrat. Elle devra par la suite aviser le CAG si de nouveaux clients médias s'ajoutent à cette liste en cours de mandat.

3. Suivis et rapports

Afin que le CAG, le SCG et le MSSS puissent connaître les résultats des achats médias, plusieurs rapports de campagnes doivent être produits. Voici la liste des rapports exigés. Le format et l'information présentée dans ces rapports feront l'objet d'une entente et pourraient évoluer au cours du contrat. Par ailleurs, d'autres rapports pourraient être nécessaires pour satisfaire aux pratiques et aux normes courantes de l'industrie :

- fournir, sur une base hebdomadaire, les résultats d'auditoires télévision pour l'ensemble des réseaux conventionnels ainsi que des rapports sommaires après chaque saison, pour les groupes cibles déterminés;
- fournir mensuellement des rapports de performance des campagnes d'achats de mots clés. De tels rapports peuvent être demandés à la mi-campagne si la durée du placement est inférieure à quatre semaines;
- produire, pour toutes les campagnes ou phases radio et télévision, des pré-analyses qui rendent compte de l'atteinte des objectifs planifiés et les acheminer au CAG, deux semaines avant le début des campagnes, si les délais d'achat le permettent;
- produire, pour toutes les campagnes ou phases radio et télévision, des analyses post-sondage qui rendent compte des résultats réels obtenus et en faire la présentation au CAG.
- pour tous les projets numériques, produire des rapports post-achats qui rendent compte de l'atteinte des objectifs planifiés et les acheminer au CAG ainsi qu'au MSSS le cas échéant, deux semaines avant le début des campagnes, si les délais d'achat le permettent ou dans les meilleurs délais, le cas échéant;
- pour tous les achats numériques, transmettre à la mi-campagne au CAG les résultats préliminaires de la campagne ainsi qu'un rapport détaillé à la fin de la campagne;
- pour tous les achats numériques, transmettre une attestation du serveur publicitaire au CAG dans un délai de 2 à 3 jours après le début de la campagne afin de confirmer la mise en ligne de celle-ci.

4. Facturation et contrôle budgétaire

Le prestataire de services doit mettre en œuvre un système de contrôle budgétaire pour le compte du CAG afin de consigner les fonds libérés ainsi que les dépenses estimées et réelles par mois et par initiative publicitaire, dans l'optique de faire ressortir les écarts budgétaires. Le compte du CAG, à l'intérieur du système de contrôle budgétaire, doit être séparé et distinct des autres comptes du prestataire de services. **Le système de contrôle budgétaire doit permettre d'assurer que toutes les entrées de fonds ainsi que toutes les dépenses du compte du CAG sont transparentes.** Le CAG se réserve le droit de mandater un vérificateur comptable chez le prestataire de services à cet effet.

En matière de facturation et de contrôle budgétaire, les obligations du prestataire de services sont :

- Payer les fournisseurs médias : après avoir obtenu toutes les pièces justificatives (factures et preuves de diffusion) nécessaires à l'établissement des montants réellement dus, le prestataire de services paie les médias et les autres fournisseurs pour les services rendus à la suite des demandes d'achat reçues du CAG. Les paiements aux fournisseurs doivent être effectués dans les (30) jours suivant la réception.
- Tout escompte négocié par le prestataire de services au nom du MSSS avec les médias ou toute ristourne obtenue doit être remise par le prestataire de services au CAG.
- Mettre en place différents systèmes de contrôle et de vérification. Le CAG peut, à n'importe quel moment, demander au prestataire de services de lui fournir toutes pièces justificatives nécessaires au contrôle administratif des achats médias.

- Le prestataire de services doit conserver à son établissement l'ensemble des pièces justificatives requises. Certaines dispositions de la Loi sur l'administration financière et de la Loi sur le ministère du Revenu stipulent également que toutes les pièces justificatives et documents à l'origine d'une facture présentée par un fournisseur sont, d'une part, sujets à vérification par les autorités gouvernementales concernées et doivent, d'autre part, être conservés pendant une période minimale de cinq ans.
- Transmettre des prévisions budgétaires qui comprennent l'ensemble des coûts liés aux achats médias demandés par le CAG. Ces prévisions doivent être acheminées le plus rapidement possible suivant la réception d'une demande d'achat, si les délais le permettent et ce, pour tous les types médias sauf Internet. Pour ce type média, les prévisions budgétaires devront être injectées au plus tard dans la première semaine du mois qui suit le début de la campagne et représenter les coûts les plus justes possible en fonction des achats réalisés. Le contenu détaillé des prévisions budgétaires est décrit à l'article 1.1.1 paragraphe 1. « La prévision budgétaire (PB) » de l'annexe 9 – Facturation et modalités de paiement;
- procéder à des ajustements sur des achats déjà effectués, tels que des déplacements ou des annulations. Toutefois, les coûts des achats ou les pénalités qui sont facturés par les médias, à la suite de tels changements, seront aux frais du CAG;
- acheminer au CAG les prévisions budgétaires ajustées avec les coûts réels dans les 120 jours suivant la diffusion ou la parution de la publicité.

5. Services professionnels

Le prestataire de services doit contribuer à l'efficacité des pratiques médias des organismes publics. L'industrie des médias évolue rapidement et le CAG attend du prestataire de services qu'il l'aide à exploiter l'ensemble des possibilités offertes par les médias traditionnels et les nouveaux médias.

À cet effet, le prestataire de services doit offrir son expertise au CAG, notamment :

- en acheminant mensuellement au CAG les rapports statistiques d'achats médias requis pour le MSSS et le SCG. Le modèle de rapport devra être approuvé par le CAG;

Selon les besoins exprimés par le CAG, le prestataire de services peut également être appelé à fournir des services connexes au placement médias. Ces besoins, prévus dans l'annexe 7 « Bordereau de prix », concernent notamment :

- la préparation de plans médias;
- l'analyse et l'évaluation de propositions médias;
- la production de matériel publicitaire numérique, sur demande;
- l'envoi de matériel publicitaire aux fournisseurs médias;
- l'ensemble des services en ce qui a trait à l'achat de mots clés, tel que planifier la campagne, créer une liste de mots clés, créer les annonces textuelles, l'optimisation en cours de campagne, etc.
- à la demande du CAG, mettre en place une méthode de calcul visant à déterminer à la fin du mandat les économies réalisées dans chaque type médias. Cet exercice doit obtenir l'approbation préalable du CAG et pourrait faire l'objet d'une vérification par une firme comptable.

La réalisation de ces services connexes énumérés précédemment et tous les frais d'honoraires s'y rattachant doivent être préalablement autorisés par le CAG et facturés une fois les travaux réalisés, selon la tarification indiquée au « Bordereau de prix soumis » (Annexe 7 du présent document).

**ANNEXE 7 – BORDEREAU DE PRIX
POURCENTAGES ET TAUX**

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

A) ACHATS MÉDIAS	
TYPES	POURCENTAGE (%) COMMISSIONS ⁽¹⁾
Télévision	
Radio	
Imprimé (Quotidiens, magazines, hebdos et toute autre catégorie imprimée)	
Affichage/Cinéma	
Internet (sans serveur publicitaire)	
Internet Plus (suivi avec serveur publicitaire)	
Internet - quotidiens tablettes	
Internet – achats de mots clés	

B) SERVEURS PUBLICITAIRES – CONFIGURATION DE CAMPAGNE	
TYPES	TAUX UNITAIRES
Formats standard	
Formats standard – enrichis	
Formats d’impacts	
Formats d’impacts – enrichis	
Formats Vidéo	

C) SERVICES CONNEXES	
TYPES	TAUX HORAIRES
Planification médias	
Analyse et évaluations médias	
Production de matériel réalisé à l’interne	
Envoi de matériel publicitaire	
Honoraires en mots clés ⁽²⁾	
Calcul des économies	

(1) Les pourcentages des commissions sont appliqués sur les coûts bruts des achats effectués.

(2) Les honoraires en mots clés incluent la planification de la campagne, la création de mots clés ou groupe de mots clés, la création d’annonces contextuelles, l’implantation de la campagne, la veille et l’optimisation de la campagne ainsi que les rapports de campagne.

ANNEXE 8 – MODE D'ÉVALUATION POUR LA BONIFICATION

**Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 »
pour le compte du MSSS**

Contrat : 999737469

1. CONTEXTE

Le CAG s'engage à verser au prestataire de services, à la fin du présent contrat, une rémunération sous forme de bonification variant entre 0,0 % et 0,5 % appliquée sur les achats bruts totaux réalisés.

2. MÉTHODOLOGIE

- La bonification portera sur les trois (3) critères définis au point 3.
- La période évaluée sera du 19 mars au 30 septembre 2021.

Chacun des trois (3) critères se verra attribuer une note variant de 0 à 5, qui est multipliée par le taux de pondération qui s'y rattache pour un total maximum de 100 points :

- 0 : objectif aucunement atteint 0 %
- 1 : objectifs atteints à 20 %
- 2 : objectifs atteints à 40 %
- 3 : objectifs atteints à 60 %
- 4 : objectifs atteints à 80 %
- 5 : objectifs complètement atteints 100 %

L'évaluation du prestataire de services est effectuée par le CAG.

3. CRITÈRES D'ÉVALUATION

<i>Critères</i>	<i>Pondération</i>	<i>Précisions</i>	<i>Mesure</i>
1. Négociation de tarifs	/40	Pour la radio, la télévision et les quotidiens, obtenir une hausse tarifaire de 50 % inférieure à celle de l'industrie. Pour Internet, obtenir un escompte de 40 % par rapport à la carte de tarif proposée.	L'évaluation de ce critère est faite à partir des résultats des négociations annuelles obtenus par l'APM, résultats obtenus au contrat 999733794.
2. Présence dans les Top 20 TV	/30	En télévision, avoir une présence minimale de 23 % dans le Top 20 du marché de Montréal (français et anglais).	L'évaluation de ce critère est faite à partir des résultats des sondages BBM.
3. Résultats post-analyses	/30	Les campagnes radio et télévision de 100 K\$ et plus devront avoir livré les PEB estimés à plus de 90 % dans les marchés de Montréal, Québec, Sherbrooke et Trois-Rivières	L'évaluation de ce critère est faite à partir des résultats des sondages BBM.

Précision : Étant donné l'évolution rapide des habitudes de consommation de la télévision, le critère 2, portant sur la présence dans les Top 20 TV, pourrait être révisé en cours de mandat. Le cas échéant, le CAG et le prestataire de services conviendront du nouveau libellé du critère, par un avenant au contrat.

4. MODALITÉS DE PAIEMENT

Selon le résultat de cette évaluation, le montant de la bonification se situe entre 0,0 % et 0,5 % des achats bruts totaux réalisés par le prestataire de services durant la période évaluée. Ce montant est versé par le CAG en fonction de la valeur totale des achats réalisés.

5. EXEMPLES DE MONTANT DE BONIFICATION

Possibilités de bonification, basées sur un investissement estimé à 75 000 000 \$

Note attribuée sur un total de 100 points	Pourcentage de bonification	Versement estimé basé sur 75 M\$
0	0,0 %	0 \$
20	0,1 %	75 000 \$
40	0,2 %	150 000 \$
60	0,3 %	225 000 \$
80	0,4 %	300 000 \$
100	0,5 %	375 000 \$

À titre d'exemple, une note totale de 80/100 équivaut à une bonification à verser au montant de 0,4 % (soit $0,80 \times 0,5 \%$) des achats bruts, d'où le résultat de 300 000 \$ dans cette estimation avec un volume de 75 M\$.

6. VALIDATION DU CALCUL DE LA BONIFICATION

Le CAG soumettra son rapport d'évaluation à un processus de validation avant d'autoriser le versement de bonification. Le prestataire pourrait être appelé à collaborer au processus d'audit et à s'engager d'offrir sa pleine collaboration.

ANNEXE 9 – FACTURATION ET MODALITÉS DE PAIEMENT

Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 » pour le compte du MSSS
Contrat : 999737469

La nature et la forme de présentation de l’information demandée visent à réduire au maximum les délais associés au paiement des factures. Aux fins de la facturation, les placements médias doivent être ventilés par groupe de publicité, type et sous-type médias, tout mode de placement confondu.

À titre indicatif, la ventilation complète des combinaisons utilisée aux fins de la facturation est illustrée dans le tableau suivant :

TYPES MÉDIAS	SOUS-TYPES MÉDIAS	MANDAT	OBLIGATOIRE
Affichage	Panneau	X	
Cinéma	Cinéma	X	
Imprimé	Autres	X	X
	Hebdos régionaux	X	X
	Hors Québec	X	X
	Journaux ethniques	X	X
	Quotidiens	X	X
	Revue Magazines	X	X
	Journaux communautaires	X	X
	Journaux étudiants	X	X
Télévision	Commerciale	X	
	Communautaire	X	
	Hors Québec	X	
Radio	Autochtone	X	
	Commerciale	X	
	Communautaire	X	
	Étudiante	X	
Internet	Internet	X	X
	Internet Tablettes	X	X
	Internet Achat mots clés	X	
	Internet plus	X	X

Les groupes de publicité, les types et les sous-types médias peuvent être modifiés en cours de mandat.

1. Les étapes du processus de facturation

Quatre (4) étapes sont prévues au processus de facturation du CAG :

- 1) la prévision budgétaire (PB);
- 2) le paiement anticipé au prestataire de services (facturation planifiée);
- 3) la correction des prévisions budgétaires;
- 4) la facturation finale par le prestataire de services.

1) La prévision budgétaire (PB)

Pour chaque demande d’achat, le prestataire de services achemine au CAG une PB qui contient les coûts bruts des achats planifiés selon la demande d’achat transmise par le CAG. La PB contient également le détail des achats par média sélectionné et par mois de diffusion, permettant ainsi au CAG d’évaluer la qualité des achats et de mesurer l’atteinte des objectifs fixés dans la commande d’achat.

De façon détaillée, la PB doit contenir l'information suivante :

- le nom du client à l'origine de la demande et le numéro client qui lui est propre;
- la date de création de la prévision budgétaire;
- le groupe de publicité, le type et le sous-type médias, ainsi que le mode de placement relié à la demande d'achat;
- le numéro de la demande d'achat;
- le numéro unique de la prévision budgétaire;
- le nom de l'étape (achats planifiés ou coûts réels)
- le sujet du placement;
- les dates de début et de fin de diffusion;
- le coût total constitué des coûts bruts des achats médias (incluant les pénalités liées à des ajustements sur des achats déjà effectués, des honoraires ou de tout autres frais);
- un sous-total par mois de diffusion des coûts bruts des achats médias;
- un sous-total mensuel par type de frais (ex. : total des frais de production);
- les points d'exposition bruts (PEB) achetés par marché pour les médias électroniques;
- le nombre de parutions ou de PEB achetés ainsi que les coûts bruts ventilés par mois de diffusion pour l'ensemble des médias;
- pour les achats télévision et radio : le titre de l'émission, le jour, l'heure de diffusion, le format de l'achat (secondes), le PEB par occasion, le coût brut par occasion et le calendrier de diffusion;
- pour les achats imprimés : la date de parution, le format en colonnes/lignes ou modulaire, le nombre de couleurs, le coût brut à la ligne si applicable, le coût brut de la couleur et le coût brut de l'annonce pour les médias imprimés;
- pour les achats internet : le nom du site Internet, le format, la date et le coût par fournisseur;
- la bonification et les compensations obtenues en les identifiant clairement.

Les PB, ainsi que leurs versions révisées, doivent être transmises électroniquement au CAG. Une version PDF des PB doit lui être acheminée par le biais du site FTP déjà mis en place et utilisé par le prestataire de services et le CAG.

Le format et le contenu de la PB utilisée par le prestataire de services doivent recevoir l'approbation préalable et écrite du CAG.

2) Le paiement anticipé au prestataire de services

Avant de soumettre mensuellement ses factures par mois de diffusion, le prestataire de services doit au préalable concilier tous ses montants avec ceux calculés par le CAG à partir des PB reçues tout au long du mois de facturation donné. Les PB doivent toutes être approuvées et conciliées par les agents de placement médias du CAG. Compte tenu du nombre important de PB mensuelles, cette étape avec le CAG prend fin entre le 1^{er} et le 10^e jour du mois suivant le mois de facturation.

Le versement au prestataire de services du paiement anticipé est basé sur les coûts bruts planifiés des achats inscrits aux PB concernées, desquels sont soustraits l'escompte de quinze pour cent (15 %) accordé par les médias aux agences de publicité accréditées et l'escompte de paiement hâtif de 1,5 % précisé à l'article 8 « Escompte de paiements hâtifs » du présent contrat. Le coût brut facturé par le prestataire de services au CAG doit être équivalent au prix payé par le prestataire de services aux fournisseurs média. Le paiement anticipé inclut également les autres frais planifiés inscrits dans les PB identifiées ainsi que les coûts médias ou les pénalités liées à un ajustement des achats.

Le format et le contenu des factures produites par le prestataire de services doivent recevoir l'approbation préalable et écrite du CAG.

Le paiement anticipé est versé au prestataire de services dans les dix jours ouvrables suivant la réception des factures reliées aux PB conciliées, conformes aux demandes d'achat et approuvées pour un mois donné.

3) La correction des prévisions budgétaires

Mensuellement, dès réception de toutes les pièces justificatives des achats médias d'une PB donnée (factures des médias, affidavits et preuves de diffusion), le prestataire de services doit transmettre au CAG une version corrigée de la PB correspondant aux coûts bruts réels des placements médias réalisés ainsi qu'aux autres frais réels engagés. Le prestataire de services doit informer le CAG (par courriel ou directement sur la PB) des raisons des changements lorsque ceux-ci modifient de façon significative la qualité des achats ou le montant total mensuel facturé, afin de faciliter l'étape de la facturation finale.

Il est important que ces versions finales de PB soient expédiées rapidement par le prestataire de services afin d'éviter un retard indu à l'étape de la facturation mensuelle finale.

4) La facturation finale par le prestataire de services

Le prestataire de services comptabilise l'ensemble des factures, affidavits et preuves de parution reçus pour un mois donné. Il facture ensuite au CAG les coûts bruts réels des achats médias réalisés (inscrits dans les versions corrigées des PB du mois concerné), moins l'escompte de quinze pour cent (15 %) accordé par les médias aux agences accréditées et, le cas échéant, moins l'escompte de paiement hâtif de 1,5 % précisé à l'article 8 « Escompte de paiements hâtifs » du présent contrat.

Les factures du prestataire de services doivent également inclure les autres frais ainsi que les commissions et honoraires dus au prestataire de services, selon les pourcentages de commission et taux horaires soumis à l'annexe 7 « Bordereau de prix ».

Les factures tiennent compte du paiement anticipé déjà versé au prestataire de services et permettent, d'une part, l'ajustement des coûts bruts des achats et de l'ensemble des autres frais réellement dus au prestataire de services et, d'autre part, le versement des commissions et honoraires au prestataire de services pour l'exécution des achats médias.

Le prestataire de services doit acheminer les factures dans les cent vingt (120) jours suivant la date de parution ou de diffusion de la publicité. Les placements pour lesquels le prestataire de services n'a pu obtenir de factures du fournisseur médias devront être mis à zéro dollar dans les PB et ne pourront être facturés ultérieurement au CAG.

Le format et le contenu des factures finales produites par le prestataire de services devront recevoir l'approbation préalable et écrite du CAG.

2. Le paiement final au prestataire de services

Le montant dû de toutes les factures remises par le prestataire de services est payable dans les dix jours ouvrables suivant la date de réception des factures.

Après trente (30) jours de la date de réception d'une facture finale, un intérêt est payable au prestataire de services au taux prévu par le règlement sur le paiement d'intérêt aux fournisseurs du gouvernement.

Lorsque certains éléments d'une facture sont contestés, le CAG se réserve le droit de ne payer que les éléments acceptés de la facture jusqu'à ce qu'une entente intervienne entre les parties concernant les éléments contestés.

Par ailleurs, le CAG peut faire réaliser, au besoin et selon la fréquence qu'il détermine, une vérification aux livres sur une base d'échantillonnage afin de s'assurer de l'intégralité de la structure administrative en place pour les achats et la facturation. Pour réaliser cet exercice, le prestataire de services doit mettre à contribution le chargé de projet et certains membres de l'équipe.

3. Erreurs liées à un placement médias

Si une erreur survient lors de la réalisation d'un placement médias, le coût de reprise de ce placement incombe à l'intervenant qui en est responsable, soit le prestataire de services ou le CAG.

Notamment, dans le contexte de la publicité obligatoire, le prestataire de services doit assumer le coût de reprise ou accorder un crédit au CAG advenant qu'une erreur survenue au cours du montage ou de l'envoi du matériel à publier modifie la nature de l'information contenue dans l'annonce. Le prestataire de services doit effectuer les corrections demandées et ajuster les factures en conséquence.

4. Frais de transmission de l'information

Quelles que soient les circonstances, le prestataire de services doit utiliser le mode de transmission de l'information le plus efficace. Les frais suivants : l'envoi des bons d'insertion, feuilles de routage ou autres confirmations écrites d'achat auprès des médias et les frais de messagerie relatifs à ces envois doivent être inclus dans les pourcentages des commissions et les taux horaires soumis par le prestataire de services dans le Bordereau de prix (annexe 7).

De même, tous les frais liés à la transmission de l'information concernant les commandes, les prévisions et les factures sont inclus dans les pourcentages de commission et les taux horaires indiqués dans le Bordereau de prix (annexe 7).

**ANNEXE 10 – PROGRAMME D’OBLIGATION CONTRACTUELLE
ÉGALITÉ DANS L’EMPLOI**

Le contractant doit remplir la section 1 et 2 et, lorsque requis, les sections 3 et 4.

Objet : Achats médias relatifs aux campagnes publicitaires en lien avec la COVID-19 » pour le compte du MSSS

Contrat : 999737469

IDENTIFICATION ET ENGAGEMENT

L’organisation ou l’entreprise québécoise ayant à son emploi plus de 100 employé(e)s au Québec, désirant obtenir un contrat de 100 000 \$ ou plus, doit s’engager à mettre en place un programme d’accès à l’égalité conforme à la Charte des droits et libertés de la personne du Québec. Dans le but faire la preuve de son engagement à mettre en place un tel programme, l’organisation ou l’entreprise complète l’« Engagement au programme » (voir section 4 du présent formulaire) ou, si elle en a déjà soumis un auparavant, elle indique le numéro officiel de l’« Attestation d’engagement » qui lui a été accordé ou le numéro du « Certificat de mérite » s’il y a lieu.

Si un tel contrat ou sous-contrat doit être conclu avec une entreprise ou un sous-contractant d’une autre province ou territoire du Canada à l’égard duquel un programme d’équité en emploi est applicable et que cette entreprise ou ce sous-contractant compte plus de 100 employés, celui-ci doit fournir au préalable une attestation selon laquelle il s’est engagé à implanter un programme d’équité en emploi conforme à celui de sa province ou de son territoire.

Si un tel contrat ou sous-contrat doit être conclu avec une entreprise ou un sous-contractant du Québec ou d’une autre province ou territoire du Canada, qui est régi par la législation fédérale, qui compte plus de 100 employés et à l’égard duquel un programme fédéral d’équité en emploi est applicable, celui-ci doit fournir au préalable une attestation selon laquelle il s’est engagé à implanter un programme d’équité en emploi conforme au programme fédéral.

1. SECTION IDENTIFICATION

Nom de l’entreprise : Cossette Média Inc.

NEQ de l’entreprise : 1174211624

Raison sociale : Cossette Média Inc.

Adresse : 300, rue Saint-Paul bureau 300, Québec, Québec G1K 7R1

Téléphone : 418 647-2727 Télécopieur : 418 647-2647

Nom du mandataire : Axel Dumont

Fonction : Vice-présidente, média et opérations Téléphone : 418 956-05007

Signature : 

2. NÉCESSITÉ D’UN ENGAGEMENT D’UN PROGRAMME D’ÉQUITÉ EN EMPLOI

2.1 L’ENTREPRISE PROVIENT DU QUÉBEC

Si le nombre d’employé(e)s au Québec est supérieur à 100 et que le montant du contrat est supérieur ou égal à 100 000 \$, compléter la section 3.1.

Sinon, indiquer la ou les raisons de la non-nécessité d’un engagement au programme d’obligation contractuelle :

Le montant du contrat est inférieur à 100 000 \$.

- L'entreprise ne compte pas plus de 100 employés permanents et employées permanentes à temps plein ou à temps partiel au Québec.

2.2 L'ENTREPRISE PROVIENT DE L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC MAIS À L'INTÉRIEUR DU CANADA

Si l'entreprise compte plus de 100 employé(e)s au Canada et que le montant du contrat est supérieur ou égal à 100 000 \$, compléter la section 3.2.

Sinon, indiquer la ou les raisons de la non-nécessité d'un engagement à un programme d'équité en emploi :

- Le montant du contrat est inférieur à 100 000 \$.
- L'entreprise ne compte pas, au Canada, plus de 100 employés permanents et employées permanentes à temps plein ou à temps partiel.
- L'entreprise n'a pas de programme applicable dans sa province ou son territoire.

3. ATTESTATION

3.1 L'ENTREPRISE PROVIENT DU QUÉBEC

- inscrire le numéro officiel de l'attestation d'engagement : A – _____
ou
- inscrire le numéro de « Certificat de mérite » : C – _____

Si l'entreprise ne possède pas un tel document, elle doit compléter la section 4.

3.2 L'ENTREPRISE PROVIENT DE L'EXTÉRIEUR DU QUÉBEC MAIS À L'INTÉRIEUR DU CANADA :

(Cochez une option parmi les quatre suivantes.)

- L'entreprise est déjà engagée à implanter un programme d'équité en emploi conforme à celui de sa province ou de son territoire (dans le cas où les dispositions d'un programme d'équité en emploi sont applicables). ***L'attestation d'engagement doit être fournie.***
- L'entreprise est déjà engagée à implanter un programme d'équité en emploi conforme au programme fédéral (dans le cas où les dispositions d'un programme d'équité en emploi sont applicables). ***L'attestation d'engagement doit être fournie.***
- L'entreprise n'a jamais fait affaire avec le gouvernement de sa province ou de son territoire ou avec le gouvernement fédéral.
- L'entreprise n'a pas de programme applicable dans sa province ou son territoire.

J'atteste que mon entreprise est engagée ou assujettie audit programme, s'il en est. Je reconnais que le non-respect des exigences de ce programme a pour effet d'interdire la conclusion de tout contrat jusqu'à ce que mon entreprise se conforme aux exigences du programme.

Nom du mandataire :

Signature (mandataire de l'entreprise) :

Fonction : _____

Date : _____

4. ENGAGEMENT AU PROGRAMME *

Raison sociale : _____

Adresse : _____

Téléphone : _____ Télécopieur : _____

Nombre d'employé(e)s au Québec : _____

Afin de me conformer au programme d'obligation contractuelle, je, au nom de l'entreprise que je représente, m'engage advenant **la conclusion d'un contrat de 100 000 \$ ou plus** :

À implanter un programme d'accès à l'égalité conforme à la Charte des droits et libertés de la personne du Québec et selon les modalités énoncées à la section 5 du présent formulaire.

Je reconnais que le non-respect de cet engagement a pour effet d'annuler mon « Attestation d'engagement » et d'interdire la conclusion de tout contrat jusqu'à ce que je détiens une nouvelle attestation d'engagement.

Nom du mandataire (en lettres moulées) : _____

Signature (mandataire de l'entreprise) : _____

Fonction : _____

Date : _____

***Prendre note que l'attestation d'engagement au programme sera délivrée uniquement à l'entreprise qui obtiendra le contrat.**

SECTION RÉSERVÉE À L'ORGANISME PUBLIC – Conclusion du contrat

Nature du contrat : Contrat de biens Contrat de services Numéro du contrat : _____

Date de conclusion : _____ Montant du contrat : _____

Durée du contrat : du _____ au _____

Nom de l'organisme public : _____ Numéro de l'organisme public : _____

Adresse de l'organisme public : _____

Nom du responsable : _____

Fonction du responsable : _____ Numéro de téléphone : _____

Signature du responsable : _____

5. CONTENU DE L'ENGAGEMENT – MODALITÉ DE MISE EN ŒUVRE

1. Information, par le mandataire général de l'entreprise, auprès du personnel, du syndicat ou de l'association d'employés et d'employées, de l'engagement pris par l'entreprise de mettre sur pied un programme d'accès à l'égalité conforme à la **Charte des droits et libertés de la personne du Québec**.
2. Nomination de cadres supérieurs responsables de la mise en œuvre du programme.
3. Mise en œuvre du programme en quatre phases.
 - 3.1 Diagnostic de la situation des membres des groupes cibles dans l'entreprise.
 - 3.1.1 Détermination d'une sous-utilisation des membres des groupes cibles à l'aide des analyses de l'effectif et de la disponibilité.
 - 3.1.2 Dépistage des règles ou pratiques de l'entreprise qui pourraient avoir ou avoir eu des effets discriminatoires sur les membres des groupes cibles, à l'aide de l'analyse du système d'emploi.
 - 3.2 Élaboration du programme.
 - 3.2.1 Fixation des objectifs numériques.
 - 3.2.2 Choix des mesures de redressement pour contrer la sous-utilisation.
 - 3.2.3 Choix des mesures d'égalité de chances pour contrer les règles ou pratiques discriminatoires.
 - 3.2.4 Choix des mesures de soutien, s'il y a lieu.
 - 3.2.5 Établissement d'un échéancier de réalisation.
 - 3.2.6 Choix des moyens de contrôle.
 - 3.3 Implantation du programme.
 - 3.4 Évaluation du programme.
4. Transmission à la Commission des droits de la personne et de la jeunesse, dans les délais prévus, des documents suivants pour fins de vérification de conformité aux engagements pris et aux « lignes directrices concernant la validité des programmes d'accès à l'égalité établis volontairement dans le secteur de l'emploi » émis par la Commission des droits de la personne et des droits de la jeunesse :
 - dans les neuf mois qui suivent la conclusion du contrat : résultats de la phase de diagnostic (3.1);
 - dans les quatre mois suivants : le plan du programme (3.2);
 - **tous les deux ans** et jusqu'à la fin du programme, production d'un rapport d'étapes sur l'implantation du programme.

**COPIE CERTIFIÉE D'UNE RÉSOLUTION DES ADMINISTRATEURS DE
COSSETTE MÉDIA INC.**

DÉLÉGATION ET AUTORISATION DE SIGNATURE

IL EST RÉSOLU QUE :

1. d'une part, les personnes occupant les postes suivant au sein de la société :

Président	Vision 7 Média Inc.
Vice-président principal, directeur général	Cossette Média Inc.

soit et sont, par les présentes, autorisées à signer seule des documents d'appel d'offres ainsi que des contrats et tout autre document s'y rapportant dans le cours normal des activités de la société ou;

2. d'autre part, deux des personnes occupant les postes suivant au sein de la société :

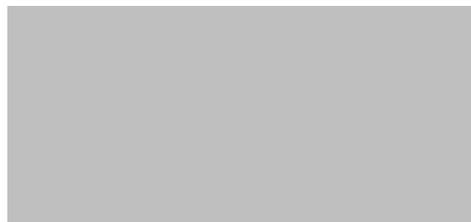
Vice-président	Cossette Média inc.
Directeur général	Cossette Média inc.
Directeur finance et administration	Vision 7 Communications inc.

soient et sont, par les présentes, autorisées à signer ensemble des documents d'appel d'offres ainsi que des contrats et tout autre document s'y rapportant dans le cours normal des activités de la société.

CERTIFICAT

Je soussignée, Sandra Giguère, secrétaire de Cossette Média inc. (la « société »), certifie, par les présentes, que la résolution qui précède est une copie véritable et conforme d'une résolution adoptée par tous les administrateurs de la compagnie le 1^{er} mars 2019, et confirme de plus que ladite résolution est toujours en vigueur et n'a fait l'objet d'aucune modification.

Québec, 29 mars 2021.



Sandra Giguère
Secrétaire de la société

**Extraits de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics
et sur la protection des renseignements personnels**
(RLRQ, c. A-2.1)

CHAPITRE II

ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS

SECTION I

DROIT D'ACCÈS

13. Le droit d'accès à un document produit par un organisme public ou pour son compte et ayant fait l'objet d'une publication ou d'une diffusion s'exerce par consultation sur place pendant les heures habituelles de travail ou à distance ou par l'obtention d'informations suffisantes pour permettre au requérant de le consulter ou de se le procurer là où il est disponible.

De même, le droit d'accès à un document produit par un organisme public ou pour son compte et devant faire l'objet d'une publication ou d'une diffusion dans un délai n'excédant pas six mois de la demande d'accès, s'exerce par l'un ou plusieurs des moyens suivants:

1° la consultation sur place pendant les heures habituelles de travail ou à distance;

2° l'obtention d'informations suffisantes pour permettre au requérant de le consulter là où il est disponible ou de se le procurer lors de sa publication ou de sa diffusion;

3° le prêt du document, à moins que cela ne compromette sa publication ou sa diffusion.

Le présent article ne restreint pas le droit d'accès à un document diffusé conformément à l'article 16.1.

1982, c. 30, a. 13; 1990, c. 57, a. 5; 2001, c. 32, a. 83; 2006, c. 22, a. 7.

SECTION II

RESTRICTIONS AU DROIT D'ACCÈS

23. Un organisme public ne peut communiquer le secret industriel d'un tiers ou un renseignement industriel, financier, commercial, scientifique, technique ou syndical de nature confidentielle fourni par un tiers et habituellement traité par un tiers de façon confidentielle, sans son consentement.

1982, c. 30, a. 23.

24. Un organisme public ne peut communiquer un renseignement fourni par un tiers lorsque sa divulgation risquerait vraisemblablement d'entraver une négociation en vue de la conclusion d'un contrat, de causer une perte à ce tiers, de procurer un avantage appréciable à une autre personne ou de nuire de façon substantielle à la compétitivité de ce tiers, sans son consentement.

1982, c. 30, a. 24.

SECTION III

PROCÉDURE D'ACCÈS

47. Le responsable doit, avec diligence et au plus tard dans les vingt jours qui suivent la date de la réception d'une demande:

1° donner accès au document, lequel peut alors être accompagné d'informations sur les circonstances dans lesquelles il a été produit;

1.1° donner accès au document par des mesures d'accommodement raisonnables lorsque le requérant est une personne handicapée;

- 2° informer le requérant des conditions particulières auxquelles l'accès est soumis, le cas échéant;
- 3° informer le requérant que l'organisme ne détient pas le document demandé ou que l'accès ne peut lui y être donné en tout ou en partie;
- 4° informer le requérant que sa demande relève davantage de la compétence d'un autre organisme ou est relative à un document produit par un autre organisme ou pour son compte;
- 5° informer le requérant que l'existence des renseignements demandés ne peut être confirmée;
- 6° informer le requérant qu'il s'agit d'un document auquel le chapitre II de la présente loi ne s'applique pas en vertu du deuxième alinéa de l'article 9;
- 7° informer le requérant que le tiers concerné par la demande ne peut être avisé par courrier et qu'il le sera par avis public;
- 8° informer le requérant que l'organisme demande à la Commission de ne pas tenir compte de sa demande conformément à l'article 137.1.

Si le traitement de la demande dans le délai prévu par le premier alinéa ne lui paraît pas possible sans nuire au déroulement normal des activités de l'organisme public, le responsable peut, avant l'expiration de ce délai, le prolonger d'une période n'excédant pas 10 jours. Il doit alors en donner avis au requérant par courrier dans le délai prévu par le premier alinéa.

¹1982, c. 30, a. 47; 2006, c. 22, a. 26.

CHAPITRE III

PROTECTION DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

SECTION I

CARACTÈRE CONFIDENTIEL DES RENSEIGNEMENTS PERSONNELS

¹2006, c. 22, a. 110.

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

- 1° la personne concernée par ces renseignements consent à leur divulgation; si cette personne est mineure, le consentement peut également être donné par le titulaire de l'autorité parentale;
- 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.

¹1982, c. 30, a. 53; 1985, c. 30, a. 3; 1989, c. 54, a. 150; 1990, c. 57, a. 11; 2006, c. 22, a. 29.

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

¹1982, c. 30, a. 54; 2006, c. 22, a. 110.

56. Le nom d'une personne physique n'est pas un renseignement personnel, sauf lorsqu'il est mentionné avec un autre renseignement la concernant ou lorsque sa seule mention révélerait un renseignement personnel concernant cette personne.

¹1982, c. 30, a. 56; 2006, c. 22, a. 110.

AVIS DE RECOURS

À la suite d'une décision rendue en vertu de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnel (RLRQ, chapitre A-2.1)

Révision par la Commission d'accès à l'information

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	Bureau 2.36 525, boulevard René—Lévesque Est Québec (Québec) G1R 5S9	Tél. : 418 528-7741 Sans frais 1 888 528-7741	Télécopieur : 418 529-3102
Montréal	Bureau 900 2045, rue Stanley Montréal (Québec) H3A 2V4	Tél. : 514 873-4196 Sans frais 1 888 528-7741	Télécopieur : 514 844-6170
Courriel	cai.communications@cai.gouv.qc.ca		

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 un motif raisonnable, relever le requérant du défaut de respecter le délai de 30 jours (art. 135).