Éducation
et Enseignement
supérieur
Québec
Direction de l'accès à l'information et des plaintes

Québec, le 28 mai 2020

PAR COURRIEL

Objet : Demande d'accès aux documents administratifs
Notre dossier : 16310/19-447

Monsieur,

La présente a pour objet de faire le suivi de votre demande d'accès, visant à obtenir :

- concernant la campagne de publicité sur la maternelle 4 ans :
  - les coûts de production de la publicité, ventilés par type de média (imprimé, télévision, radio et web);
  - l'agence chargée par contrat de faire la production;
  - le plan de diffusion, en indiquant le type de média, les semaines de diffusion et les coûts de placement média;
  - l'agence chargée de faire le placement média, en joignant le contrat et le plan de placement.

- depuis le dépôt du projet de loi sur la maternelle 4 ans :
  - l'ensemble des campagnes de publicité diffusées pour en faire la promotion, en indiquant :
    - les coûts pour chaque campagne;
    - les coûts en placement publicitaire;
    - les coûts en frais de production;
    - les coûts de contrats avec les agences;
    - les dates de diffusion;
    - l'évaluation des campagnes de publicité produites par les agences.

Vous trouverez ci-joint les documents devant répondre à votre demande. Veuillez prendre note que les montants inscrits aux plans médias peuvent différer des dépenses réelles, puisqu'il s'agit de prévisions.

…2

Édifice Marie-Guyart
1035, rue De La Chevrotière, 27e étage
Québec (Québec) G1R 5A5
Téléphone : 418 528-6060
Télécopieur : 418 528-2028
acces@education.gouv.qc.ca

En outre, certains documents ont été diffusés à l'occasion d'une demande d'accès antérieure portant le numéro 19-202 et diffusée le 6 novembre 2019. Nous vous invitons à les consulter à l'adresse suivante :

http://www.education.gouv.qc.ca/le-ministere/acces-a-linformation/reponses-aux-demandes-dacces-a-linformation/

En ce qui concerne les contrats de publicité, nous vous invitons à consulter, conformément à l'article 13 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 « *la Loi* »), les informations diffusées trimestriellement sur le site Web du ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur à cette adresse :

http://www.education.gouv.qc.ca/le-ministere/acces-a-linformation/divulgation-des-depenses/

Conformément à 1' article 51 de *la Loi*, nous vous informons que vous pouvez demander la révision de cette décision auprès de la Commission d'accès à 1'information. Vous trouverez en annexe une note explicative à cet effet.

Veuillez agréer, Monsieur, nos salutations distinguées.

La responsable de l'accès aux documents,

Originale signée

Ingrid Barakatt
IB/JC/jr

p. j. 4

MEES
CAMPAGNE MATERNELLE 4 ANS
DOSSIER 19-1881

CARTIER
18-déc-19

RÉPARTITION BUDGÉTAIRE GLOBALE - PRÉLIMINAIRE

CAMPAGNE MATERNELLE 4 ANS

01 DÉVELOPPEMENT IDÉATION	TOTAL	FACTURÉ	NO DE FACTURE
HONORAIRES D'AGENCE	32 902,50 $	32 902,50 $	24377
CSPQ	3 290,25 $		
SOUS-TOTAL	**36 192,75 $**		

02 PRÉ-TEST ET AJUSTEMENTS	TOTAL	FACTURÉ	NO DE FACTURE
HONORAIRES D'AGENCE	7 577,50 $		
CSPQ	757,75 $		
SOUS-TOTAL	**8 335,25 $**		

03 EXECUTION TÉLÉ		FACTURÉ	NO DE FACTURE
HONORAIRES CRÉATION	50 515,00 $		
ENVELOPPE DE PRODUCTION VIDEO	137 000,00 $		
FRAIS DE TALENTS	34 250,00 $		
FRAIS DIVERS	500,00 $		
CSPQ	22 226,50 $		
SOUS-TOTAL	**244 491,50 $**		

04 EXÉCUTION RADIO		FACTURÉ	NO DE FACTURE
HONORAIRES CRÉATION	6 515,00 $		
FRAIS DE PRODUCTION	14 650,00 $		
CSPQ	2 116,50 $		
SOUS-TOTAL	**23 281,50 $**		

05 EXÉCUTION WEB	TOTAL	FACTURÉ	NO DE FACTURE
HONORAIRES D'AGENCE	7 235,00 $		
HONORAIRES STUDIO	7 250,00 $		
FRAIS DE PROGRAMMATION	1 000,00 $		
CSPQ	1 548,50 $		
SOUS-TOTAL	**17 033,50 $**		

06 ACCOMPAGNEMENT, OPTIMISATION ET ANALYSE MÉDIA		FACTURÉ	NO DE FACTURE
HONORAIRES D'AGENCE	8 850,00 $		
CSPQ	885,00 $		

SOUS-TOTAL HONORAIRES D'AGENCE	**113 595,00 $**		
SOUS-TOTAL HONORAIRES STUDIO	**7 250,00 $**		
SOUS-TOTAL FRAIS PRODUCTION	**187 400,00 $**		
TOTAL HONORAIRES ET PRODUCTION	**308 245,00 $**		
TOTAL - FRAIS CSPQ	**30 066,75 $**		
TOTAL HONORAIRES' PRODUCTION ET CSPQ	**338 311,75 $**		
Enveloppe pour sondage (MEES)	**30 000,00 $**		
TOTAL - MÉDIA	531 609,39 $	coût client	

GRAND TOTAL	899 921,14 $

BUDGET	900 000,00 $
Différence	78,86 $

DÉJÀ FACTURÉ	32 902,50 $

CAMPAGNE MATERNELLE 4 ANS

10 février 2020

V11

								Budget total (Brut)	% Budget
								130 214 $	**22%**
RADIO									
Marché FR	**Format**	**Description**	**CPP/CPO Haute**	**CPP/CPO Basse**	**Occasions/PEBs Haute**	**Occasions/PEBs Basse**	**Langue**		
Total marchés franco	30 sec.	Commerciales	$220,75	185,85 $	125	250	FR	74 056,25 $	
Communautaire Montréal	30 sec.	CIBL-FM	$36,54		160			5 846,40 $	
Communautaire Québec	30 sec.	CKRL-FM	$36,54		160			5 846,40 $	
Communautaire Sherbrooke	30 sec.	CFLX-FM	$27,41		160			4 385,60 $	13%
Communautaire Longueuil	30 sec.	CHAA-FM	$32,48		160			5 196,80 $	
Communautaire Lévis	30 sec.	CJMD-FM	$31,47		160			5 035,20 $	
Communautaire Saguenay	30 sec.	CKAJ-FM	$24,36		160			3 897,60 $	
Marché EN									
Grand Montréal	30 sec.	Commerciales	$75,15	70,55 $	120	240	ANG	25 950,00 $	4%
								381 873 $	**65%**
TÉLÉVISION									
Marché	**Format**	**Description**	**CPP**	**POIDS**	**Impresions**		**Langue**		
Québec francophone	Vidéo 30 sec	Adulte 25-54 période haute	$370,75	1000			FR	381 873 $	65%
								77 092 $	**13%**
WEB									
Site	**Format**	**Description**	**Coûts**	**CPM/CPC/CPV**		**Impressions/Clicss/Vues**	**Langue**		
Programmatique	Bannières 300x250 / 300x600 / 970x250	Ensemble province, reciblage, jeunes familles, in-market grossesse		5,00 $	CPM (Impressions)	3 200 000	FR/ANG	16 000 $	3%
Partenaires médias									
Québécor	Vidéo 30 sec pre-roll	Section actualité et nouvelles - Géociblage, intérêts et reciblage		39,85 $	CPV (Vues)	750 000	FR	29 888 $	5%
Télé-Québec							FR		
Radio-Canada							FR		
Bell							FR		
YouTube		Géociblage, intérêts et reciblage		0,10 $		100 000	FR	10 000 $	2%
Tablette									
La Presse +	1/2 écan	Section actualité - Audience famille	$8 877,65	-	CPM (Impressions)	220 000	FR	8 878 $	2%
GCM & Devoir	1/2 écan	Section actualité - Audience famille	$2 210,82		CPM (Impressions)		FR	2 327 $	0%
Mots-Clés	Text ads	Mots-clés associés à la maternelle, impacts sur l'éducation, etc		0,75 $	CPM (Impressions)	13 333	FR/ANG	10 000 $	2%
							TOTAL	**589 179,08 $**	**100%**
							TOTAL NET (85 %)	**500 802,22 $**	
							COMMISSION CSPQ (5,88% DU NET)	**29 447,17 $**	
							SERVEUR PUBLICITAIRE	**1 700,00 $**	

Calendrier 2020

	Janvier 6	13	20	27	Février 3	10	17	24	Mars 2	9	16	23	30	Avril 6	13	20	27
TV	Période basse						Haute						Basse				
Radio	Période basse								Haute				Basse				
Total marchés franco							125	125	125								
Communautaire Montréal							60	50	50								
Communautaire Québec							60	50	50								
Communautaire Sherbrooke							60	50	50								
Communautaire Longueuil							60	50	50								
Communautaire Lévis							60	50	50								
Communautaire Saguenay							60	50	50								
Grand Montréal							120	120	120								
Québec francophone (TV)							1000 PEB P: 88,2% F: 9,4										
Programmatique					6								31				
Mots-Clés					6								31				

18 avr. 2019 - 25 août 2019

Performance globale *(18 avril 2019 au 25 août 2019)*

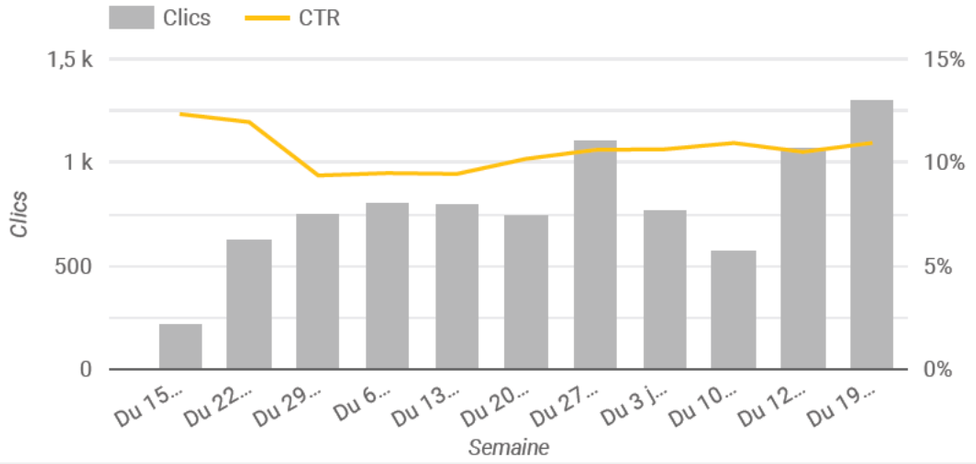
Trafic global

Impressions	Clics	CTR	CPC moy.	Position moy.	Coût
84 732	8 814	10,40 %	$1,80	1,0	$15 872,74

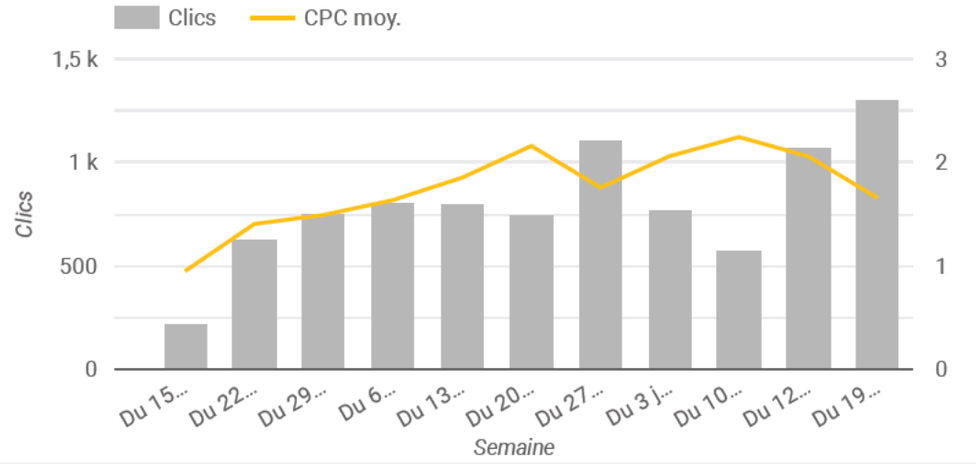
Trafic phase 1 vs phase 2

Impressions	Clics	CTR	CPC moy.	Position moy.	Coût
22 157 ↓ -64.6%	2 381 ↓ -63.0%	10,75 % ↑ 4.5%	$1,84 ↑ 2.8%	1,0 ↓ -1.3%	$4 375,78 ↓ -61.9%

Clics et tx. clic.



Clics et CPC



Performance par campagne

	Campagne	Impressions	Clics	CTR	CPC moy.	Position moy.	Coût
1.	MEES - Maternelle 4 ans - FR	61 235	7 494	12,24 %	$1,55	1	$11 629,21
2.	MEES - Maternelle 4 ans - EN	23 497	1 320	5,62 %	$3,21	1,1	$4 243,53

1 - 2 / 2

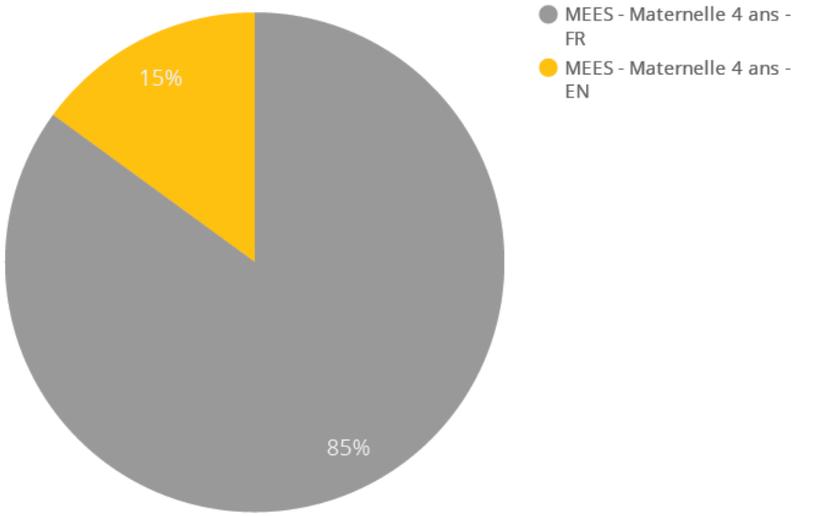
Performance par semaine

	Semaine	Impressions	Clics	CTR	CPC moy.	Pos. moy.	Coût
1.	Du 19 août 2019 au 25 août 2019 (Semaine 34)	11 948	1 308	10,95 %	$1,66	1,02	$2 166,59
2.	Du 12 août 2019 au 18 août 2019 (Semaine 33)	10 209	1 073	10,51 %	$2,06	1,02	$2 209,19
3.	Du 10 juin 2019 au 16 juin 2019 (Semaine 24)	5 301	580	10,94 %	$2,25	1,04	$1 302,78
4.	Du 3 juin 2019 au 9 juin 2019 (Semaine 23)	7 230	769	10,64 %	$2,06	1,03	$1 585,48
5.	Du 27 mai 2019 au 2 juin 2019 (Semaine 22)	10 484	1 112	10,61 %	$1,76	1,04	$1 953,4
6.	Du 20 mai 2019 au 26 mai 2019 (Semaine 21)	7 322	745	10,17 %	$2,16	1,03	$1 608,88
7.	Du 13 mai 2019 au 19 mai 2019 (Semaine 20)	8 502	803	9,44 %	$1,85	1,04	$1 488,14
8.	Du 6 mai 2019 au 12 mai 2019 (Semaine 19)	8 560	812	9,49 %	$1,64	1,04	$1 328,18
9.	Du 29 avr. 2019 au 5 mai 2019 (Semaine 18)	8 090	758	9,37 %	$1,49	1,03	$1 131,11
10.	Du 22 avr. 2019 au 28 avr. 2019 (Semaine 17)	5 287	632	11,95 %	$1,41	1	$888,16
11.	Du 15 avr. 2019 au 21 avr. 2019 (Semaine 16)	1 799	222	12,34 %	$0,95	1,02	$210,83

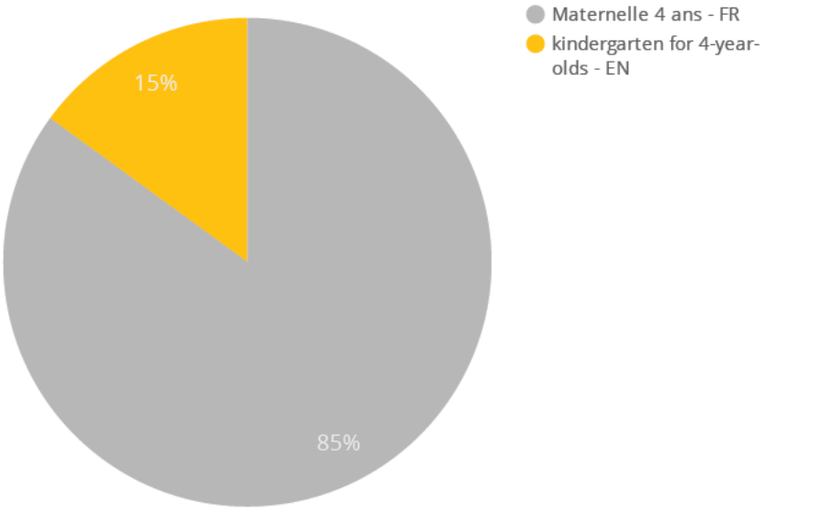
1 - 11 / 11

Répartition

clics par campagne



clics par groupe d'annonces



Détails des performances francophones

Groupes d'annonces

	Groupe d'annonces	Impressions	Clics	CTR	CPC moy.	Coût
1.	Maternelle 4 ans - FR	61 235	7 494	12 %	$1,55	$11 629

1 - 1 / 1

Mots-clés

	Mots-clés	Impressions	Clics	CTR	CPC moy.	Coût
1.	maternelle 4 ans	18 024	2 736	15,18 %	$0,75	$2 043
2.	+4 +ans +maternelle	8 002	1 117	13,96 %	$1,49	$1 663
3.	+maternelle +4 +ans	7 947	1 067	13,43 %	$1,53	$1 638
4.	prématernelle	8 240	650	7,89 %	$3,15	$2 050
5.	+prématernelle	6 851	520	7,59 %	$3,33	$1 731
6.	maternelle 4 ans 2019	546	109	19,96 %	$0,7	$76
7.	+inscription +maternelle	987	108	10,94 %	$2,15	$233
8.	programme maternelle 4 ans	452	102	22,57 %	$0,88	$90
9.	+éducation +préscolaire	1 878	84	4,47 %	$5,74	$482

1 - 10 / 73

Annonces

	Headline part 1	Headline part 2	Description	Impressions	clics	Coût
1.	La maternelle 4 ans	Services éducatifs bonifiés	Développer l'enfant par des défis adaptés à ses champs d'intérêt & ses besoins	39 548	4 527	$8 682,83
2.	La maternelle 4 ans	Qu'est-ce que c'est?	La maternelle 4 ans bonifie l'offre de services éducatifs déjà existant.	21 687	2 967	$2 946,38

1 - 2 / 2

[redacted]

Détails des performances anglophones

Groupes d'annonces

	Groupe d'annonces	Impressions	Clics ▾	CTR	CPC moy.	Coût
1.	kindergarten for 4-year-olds - EN	23 497	1 320	6 %	$3,21	$4 244

1 - 1 / 1

Mots-clés

	Mots-clés	Impressions	Clics ▾	CTR	CPC moy.	Coût
1.	+preschool	10 404	582	5,59 %	$3,48	$2 027
2.	preschool	10 213	528	5,17 %	$3,33	$1 760
3.	+kindergarten +school	1 024	93	9,08 %	$2,5	$233
4.	+4 +year +old +kindergarten	89	22	24,72 %	$1,12	$25
5.	+educational +services	865	12	1,39 %	$4,1	$49
6.	4 year old kindergarten quebec	25	10	40,00 %	$0,49	$5
7.	kindergarten school	172	9	5,23 %	$2,69	$24
8.	educational services	336	9	2,68 %	$4,55	$41
9.	4 year old kindergarten	46	8	17,39 %	$1,13	$9

1 - 10 / 36

Annonces

	Headline part 1	Headline part 2	Description	Impressions	clics ▾	Coût
1.	Kindergarten for 4-year-olds	Enhanced Educational Services	Develop the child through challenges adapted to his interests & needs	19 050	1 172	$3 816,52
2.	Kindergarten for 4-year-olds	What is it?	Kindergarten for 4-year-olds enhances the existing educational services offer.	4 447	148	$427,01

1 - 2 / 2

Analyse des performances

Faits saillants

- Au terme des 2 phases de diffusion, les performances hebdomadaires se sont maintenues. Les résultats globaux sont très bons. Le CTR a été excellent, confirmant la pertinence des mots-clés. Influencé par la campagne anglophone et certains mots-clés de plus faible qualité, le coût par clic global s'est avéré relativement élevé.

- La visibilité des annonces a été optimale, les annonces étant systématiquement diffusées en première position.

- Le taux d'impression était élevé (87%). La campagne disposait d'un budget approprié pour répondre au volume de recherche.

- Top 5 des positions géographiques des internautes (en nbre de clics) : Montréal, Québec, Laval, Gatineau, Trois-Rivières.

- 58,57% des clics sont réalisés sur mobile.

- La tranche d'âge 35-44 ans représente 24,06% (les 25-34 ans représentent 22,27%).

- Les femmes représentent 63,89% des clics.

Actions effectuées

- Ajout de mots-clés négatifs afin de limiter l'affichage des annonces à des requêtes pertinentes.

- Mise en pause des mots-clés les moins performants selon divers critères (fort volume d'impressions et générant peu ou pas de clics, CPC élevé, position moyenne d'affichage faible, niveau de qualité faible).

© Éditeur officiel du Québec

chapitre A-2.1

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

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.

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 personnels (la Loi).

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	525, boul René-Lévesque Est Bureau 2.36 Québec (Québec) G1R 5S9	Tél. : 418 528-7741 Numéro sans frais 1 888 528-7741	Téléc. : 418 529-3102
Montréal	500, boul. René-Lévesque Ouest Bureau 18.200 Montréal (Québec) H2Z 1W7	Tél. : 514 873-4196 Numéro sans frais 1 888 528-7741	Téléc. : 514 844-6170

b) *Motifs* :

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

c) *Délais* :

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

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