

Le 25 mars 2025

PAR COURRIEL

Accès à l'information

Édifice Jean-Lesage

21^e étage

75, boulevard René-Lévesque Ouest

Montréal (Québec) H2Z 1A4

Responsable.Acces@hydroquebec.com

Objet : Demande d'accès à l'information DAI-2025-0087

Bonjour,

La présente est en réponse à votre demande reçue le 19 février et indiquant :

« Coûts et diffusion de la publicité

je souhaite obtenir les renseignements suivants concernant la publicité « Pas d'énergie à perdre » dont les deux acteurs chantent. Voir le lien pour référence
<https://x.com/R0xanneLabanane/status/1892330484698378628>

1. Coût de production :

o Le coût total de production de cette publicité.

o Une copie des factures détaillées associées à sa production (honoraires, services, matériel, etc.).

2. Diffusion et coûts par plateforme :

o La liste complète des plateformes médiatiques où cette publicité a été diffusée (télévision, radio, journaux, affichage, plateformes numériques, etc.).

o Le coût détaillé pour chaque plateforme et diffuseur.

o Une copie des factures associées à chaque diffusion. »

(Transcription intégrale)

Tout d'abord, nous tenons à préciser que l'hyperlien que vous nous avez communiqué mène à une publication d'une personne avec laquelle Hydro-Québec n'a aucune affiliation. La version officielle du vidéoclip visé est disponible sur la plateforme de Tout.tv.

Ce vidéoclip s'inscrit dans une campagne de stratégie de contenu sur notre Plan d'action 2035 (ci-après « la Campagne ») et l'importance de faire la meilleure consommation possible de notre électricité. La pièce centrale de cette Campagne est une websérie appuyée par des placements publicitaires qui en font la promotion. Hydro-Québec désire ainsi rejoindre les citoyens, surtout âgés de 18 à 35 ans, en créant de nouvelles façons d'aborder cet enjeu de société afin d'en favoriser la compréhension et d'encourager la participation. À l'heure actuelle, plus de 600 000 vues ont été générées sur les capsules, soit un peu plus de trois fois l'objectif fixé.

Relativement aux points de votre demande quant aux coûts de production et de diffusion du vidéoclip visés, ceux-ci ne peuvent être isolés de ceux de la Campagne dans lequel il s'inscrit. Sur un budget de 565 k\$, les coûts de la Campagne s'élèvent présentement à:

	En k\$
Coûts de production	204 k\$
Coûts de diffusion	324 k\$
Total	528 k\$

Nous vous joignons en annexe copie de documents compilant les frais facturés à ce jour en lien avec la Campagne. Nous avons néanmoins dû élaguer des renseignements de nature commerciale appartenant à Hydro-Québec et à des tiers que nous traitons de manière confidentielle, suivant les articles 21 à 24 et 27 de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels*.

Relativement au point de votre demande quant à la diffusion, la stratégie de notre Campagne inclut différentes actions (réalisées ou à venir), à savoir:

- de l'amplification sur les plateformes de Radio-Canada (autopromo, bande annonce et bannières sur Tout.tv, intégration télé, Apple news, Ohdio, Youtube et Tiktok);
- du marketing d'influence en promouvant la websérie sur les plateformes (Instagram et TikTok) de la comédienne;
- de la promotion sur les plateformes d'Hydro-Québec (site web, Facebook, Instagram et TikTok);
- de l'amplification sur les plateformes de Youtube et Spotify.

Dans ce contexte, nous ne pouvons accéder entièrement à votre demande.

La révision de cette décision peut être demandée auprès de la Commission d'accès à l'information. Vous trouverez ci-joint une note explicative à ce sujet, de même que des articles de cette loi mentionnés à la présente.

Veuillez accepter nos meilleures salutations.

La responsable de l'accès aux documents
et de la protection des renseignements personnels,

Stéphanie Assouline

Vice-présidente – Affaires corporatives, juridiques et réglementaires
et cheffe de la gouvernance (par intérim)

p. j.