



Le 31 juillet 2026

PAR COURRIEL

Accès à l'information

1001, boul. Robert-Bourassa

6^e étage

Montréal (Québec) H3B 0B6

Responsable.Acces@hydroquebec.com

Objet : Demande d'accès à l'information DAI-2026-0374

Bonjour,

La présente est en réponse à votre demande reçue le 7 juillet et indiquant :

« je sollicite par la présente l'accès aux documents et rapports financiers d'Hydro-Québec couvrant les huit (8) dernières années financières (de 2018-2019 à aujourd'hui) concernant les objets suivants :

- *Le montant total annuel des sommes versées en contrats, honoraires ou compensations financières à des firmes de marketing/communication externes d'une part, et à des créateurs de contenu / influenceurs numériques d'autre part, ventilé pour chaque année ;*
- *La liste nominative de toutes les firmes de marketing/communication externes ainsi que de tous les créateurs de contenu/influenceurs ayant obtenu des contrats, ventilée par année financière ;*
- *Afin de couvrir les montants octroyés par l'entremise de sous-traitants, les « rapports de performance », « bilans de fin de campagne » ou « livrables de campagnes » transmis à Hydro-Québec par ses agences intermédiaires (telles que LG2, Cossette Média ou Adviso), qui contiennent l'identité des créateurs de contenu ou influenceurs retenus et rémunérés indirectement pour le compte d'Hydro-Québec ;*
- *Tout document permettant de déterminer le statut d'emploi et le mode de rémunération des créateurs de contenu « maison » (ex. youtubeurs ou ambassadeurs embauchés pour des campagnes de promotion de la transition énergétique ou des véhicules électriques), afin de distinguer s'ils détiennent un statut de salarié (rémunération interne) ou s'ils facturent des honoraires professionnels à la pige, de gré à gré ou via des agences de gestion d'artistes ;*
- *Pour chaque année de la période visée, les documents indiquant le budget total global alloué au marketing et à la publicité comparativement à la part spécifiquement dédiée aux contrats de firmes externes et de marketing d'influence. »*

(Transcription intégrale)

Tout d'abord, en vertu du *Règlement sur la diffusion de l'information et sur la protection des renseignements personnels*, Hydro-Québec diffuse trimestriellement sur son site Web, les montants correspondant aux dépenses effectuées pour les contrats associés aux campagnes de publicité et de promotion. L'information de 2021 à 2026 est disponible à la page « Publicité et promotion – Renseignements relatifs aux contrats », à l'adresse suivante :

<https://www.hydroquebec.com/documents-donnees/loi-sur-acces/diffusion-informations/contrats-publicite-promotion.html>.

En réponse au premier et second point de votre demande, nous vous dirigeons vers cette page. En complément, vous trouverez en annexe les renseignements correspondant aux dépenses effectuées du 3^e trimestre 2018 au 4^e trimestre 2020 pour les contrats associés aux campagnes de publicité et de promotion. Par ailleurs, ces campagnes peuvent comprendre une part de marketing d'influence. Toutefois, nous ne détenons pas de document compilant l'ensemble des sommes annuelles consacrées précisément à ce type de marketing. La production d'un tel document nécessiterait notamment le calcul ou la comparaison de données provenant de plusieurs documents et systèmes informationnels, ainsi que de renseignements détenus par diverses agences partenaires. Nous invoquons en conséquence l'article 15 de la *Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels* (Loi sur l'accès).

Enfin, Hydro-Québec n'a pas conclu d'entente directe ni de contrat avec des influenceurs. Elle collabore, ou a collaboré, avec des agences telles que Bicom, Canidé, Clark Influence, Cossette et Lg2, lesquelles font affaire avec certains influenceurs. Nous ne pouvons toutefois pas vous communiquer de « *liste nominative [...] d'influenceurs* » ayant bénéficié de telles collaborations, puisqu'il s'agit de renseignements personnels confidentiels concernant d'autres personnes. Ces renseignements ne peuvent être communiqués sans leur consentement. Nous invoquons à ces égards les articles 1, 53, 54 et 59 de la Loi sur l'accès.

Concernant le troisième point de votre demande, notre analyse indique que les documents visés contiennent des renseignements personnels, de même que des renseignements de nature commerciale et financière appartenant à Hydro-Québec ou fournis par des tiers. Ils contiennent également des analyses, des avis ou des recommandations habituellement traités de manière confidentielle. Leur divulgation risquerait vraisemblablement de causer une perte à Hydro-Québec ou à ces tiers, ou encore de procurer un avantage appréciable à une autre personne. Suivant les articles 14, 21, 22, 23, 24, 27, 37, 39, 53, 54 et 59 de la Loi sur l'accès, nous ne pouvons accéder à ce point de votre demande.

Concernant le quatrième point de votre demande, vous trouverez ci-dessous le décompte des personnes à l'emploi d'Hydro-Québec et dédiées à la création de contenu. Plusieurs autres membres du personnel d'Hydro-Québec peuvent aussi contribuer à la création de contenus pour nos différentes plateformes et médias sociaux, sans y être exclusivement dédiés.

Membres du personnel dédiés à la création de contenu									
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Employé et employée	0	2	2	2	2	2	2	2	2
Travailleur occasionnel et travailleuse occasionnelle	0	0	0	0	0	0	2	2	1

Concernant le cinquième point de votre demande, vous trouverez ci-après la part annuelle du budget de la direction Communication marketing octroyée à différentes firmes ou fournisseurs pour des activités dédiées au marketing d'influence, hors campagnes. Toutefois, nous ne détenons pas de document compilant les renseignements demandés pour les années 2018 à 2022, puisque les activités de marketing étaient alors décentralisées chez Hydro-Québec. La production d'un tel document nécessiterait notamment le calcul ou la comparaison de données provenant de plusieurs documents et systèmes informationnels. Nous invoquons en conséquence l'article 15 de la Loi sur l'accès.

Part réelle du portefeuille publicité et marketing attribuée au marketing d'influence ¹			
2023	2024	2025	2026 ²
1,15 %	1,35 %	2,19 %	3,86 %
¹ Montants réels excluant la masse salariale. Portefeuille relevant de la direction Communication marketing.			
² Au 30 juin 2026.			

Il convient de noter que la publicité et le marketing, incluant le marketing d'influence, sont des outils essentiels pour favoriser l'adoption de mesures en efficacité énergétique, qui contribuent à l'abordabilité de la facture énergétique des ménages.

Vous pouvez demander la révision de cette décision auprès de la Commission d'accès à l'information. Vous trouverez ci-joint une note explicative à ce sujet, de même que les articles de la Loi sur l'accès mentionnés dans la présente.

Veuillez accepter nos meilleures salutations.

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

Karine Charest
Directrice – Affaires corporatives et gouvernance

p. j.