

PAR COURRIEL

Québec, le 10 décembre 2024



N/Réf. : 91551

**Objet : Votre demande d'accès aux documents**


,

Nous donnons suite à votre demande d'accès, reçue le 15 octobre dernier, laquelle est ainsi libellée :

« Je souhaite obtenir une copie complète du rapport préliminaire décrivant les revenus et dépenses associés à l'organisation et à la présentation des matchs de pré-saison ayant eu lieu au Centre Vidéotron les 2 et 5 octobre 2024, tel que stipulé dans l'article 4 (6) de la convention entre le ministère des Finances et Gestev/Québecor Sports et Divertissement. Ce rapport devait être remis au ministre des Finances, M. Eric Girard, ou encore au ministre responsable du Conseil du Trésor, dans les 48 heures suivant la fin des événements. Cette demande couvre les documents en votre possession jusqu'en date du 31 octobre 2024. »

Après vérification, vous trouverez ci-joint le document détenu par le Secrétariat du Conseil du trésor en lien avec votre demande. Toutefois, nous vous informons que des renseignements contenus dans ce document ont été caviardés, et ce, conformément aux articles 22 et 24 de la Loi sur l'accès aux documents des organismes publics et sur la protection des renseignements personnels (RLRQ, c. A-2.1).

Nous vous indiquons que vous pouvez demander à la Commission d'accès à l'information de réviser cette décision. Vous trouverez en pièces jointes une note explicative concernant l'exercice de ce recours ainsi que le libellé des articles précités.

Veuillez agréer, , nos salutations distinguées.

*Original signé*

Maxime Perreault  
Responsable de l'accès aux documents et  
de la protection des renseignements personnels

p. j.

# RAPPORT D'ÉVÉNEMENT

**QUÉBECOR**  
SPORTS ET  
DIVERTISSEMENT

Dans le cadre du Camp d'entraînement des



Du 1<sup>er</sup> au 8 octobre 2024

Présenté au

Secrétariat à la  
Capitale-Nationale  
**Québec** 

Le mardi 8 octobre 2024

## LE RAPPORT D'ÉVÉNEMENT DU CAMP D'ENTRAÎNEMENT DES KINGS DE LOS ANGELES COMPREND :

- |    |  |           |
|----|--|-----------|
| 1. | Une description générale du déroulement du projet;     | p. 3 à 8  |
| 2. | Une estimation de l'achalandage;                       | p. 8      |
| 3. | Une description des éléments de promotion mis en place | p. 9 à 11 |
| 4. | Un état des résultats préliminaires                    | p. 12-13  |
| 5. | Un résumé de la couverture médiatique                  | Annexe A  |



## INTRODUCTION

Québecor Sports et Divertissement (QSD) a accueilli les Kings de Los Angeles, une formation de la Ligue nationale de hockey, pour la conclusion de leur camp d'entraînement, qui s'est déroulé du 1<sup>er</sup> au 5 octobre 2024 au Centre Vidéotron et s'est poursuivi dans la région de Charlevoix jusqu'au 8 octobre. Comme convenu dans l'entente contractuelle, l'équipe californienne a disputé deux parties de présaison, pendant son séjour, affrontant successivement les Bruins de Boston le 3 octobre et les Panthers de la Floride le 5 octobre.

Le Centre Vidéotron a également ouvert ses portes au public permettant aux amateurs d'assister gratuitement à quatre séances d'entraînement des Kings, ainsi qu'à celle des Panthers de la Floride le samedi.

En outre, les joueurs des Kings ont participé à plusieurs initiatives communautaires, contribuant à laisser un impact positif sur la ville de Québec, marquant ainsi leur passage dans la communauté.

## DESCRIPTION DU PROJET

Le camp d'entraînement des Kings de Los Angeles a débuté le 1<sup>er</sup> octobre avec l'arrivée des joueurs à Québec.

Le mercredi 2 octobre, lors de la première pratique ouverte au public au Centre Vidéotron, les amateurs de hockey étaient invités à venir assister à la séance d'entraînement gratuitement.

À la suite de l'entraînement public, l'entraîneur-chef Jim Hiller, le capitaine Anze Kopitar, le président Luc Robitaille ainsi que le joueur Philippe Danault ont pris part à une conférence de presse qui s'est tenue à 12 h 45. Le président des Kings de Los Angeles a profité de l'occasion pour annoncer le don de 400 équipements complets de hockey à quatre organismes avec pour objectif de rendre le sport plus accessible aux jeunes passionnés provenant de milieux défavorisés. Les organismes bénéficiaires sont **La Fondation de la Ligue de Hockey Junior Maritimes Québec, Le Pivot, La Fondation Philippe Boucher et Partir du bon pied**. Chacun d'entre eux a reçu un lot complet de 100 équipements de hockey pour enfants âgés de 4 à 8 ans.

Une première activité communautaire, animée par des joueurs et des anciens joueurs des Kings, s'est ensuite tenue. 12 jeunes âgés de 14 à 17 ans ont ainsi eu l'opportunité de jouer à une partie de Dek hockey au Patro Laval. Ces derniers étaient membres de Motivation Jeunesse, un organisme qui favorise la persévérance scolaire des jeunes en difficulté ou issus de la diversité culturelle à travers des activités sportives et diverses expériences.







Pour la dernière activité de la journée, plusieurs joueurs des Kings de Los Angeles se sont rendus au Centre mère-enfant Soleil du CHU de Québec afin d'y rencontrer 40 enfants malades et leurs familles. Accompagnés de la mascotte de l'équipe, les joueurs ont offert des moments privilégiés aux enfants malades en leur apportant réconfort et sourires.

La 3<sup>e</sup> journée du Camp a été marquée par un entraînement au Centre Vidéotron ouvert gratuitement à tous les amateurs de hockey.

Puis, une Clinique de hockey, mentorée par les joueurs retraités Philippe Boucher et Manon Réhaume, s'est tenue sur la glace du Centre Vidéotron. Quelques joueurs actuels des Kings ont également participé à l'activité.

Ce sont 7 jeunes de l'organisme Le Diplôme avant la médaille (DAM) et 23 jeunes de l'équipe du programme hockey-études de l'école secondaire Cardinal-Roy qui ont pris part à cette clinique de hockey.

Le Diplôme avant la médaille est un organisme qui s'engage par l'intermédiaire du sport, en faveur de la réussite scolaire des élèves qui présentent des risques de décrochage.

L'école Cardinal-Roy, quant à elle, est un établissement secondaire qui se donne pour mission d'aider à la réussite de tous les élèves. Pour ce faire, l'institution offre un environnement pédagogique stimulant et novateur. Sa taille humaine lui permet également d'offrir à chaque jeune un encadrement personnalisé et soucieux de son développement.





La première des deux parties du camp d'entraînement à Québec a été présentée le 3 octobre au Centre Vidéotron, alors que les Kings de Los Angeles ont accueilli les Bruins de Boston. Un total de **■ spectateurs** ont assisté à cette première partie. Au sens de l'entente intervenue avec le Secrétariat de la Capitale-Nationale, **■ billets qui ont été vendus dans les gradins.**

La soirée a débuté avec une cérémonie d'avant-match rendant hommage à Patrice Bergeron, ancien joueur des Bruins de Boston et natif de Québec, pour l'ensemble de sa carrière. Québecor Sports et Divertissement a organisé une cérémonie comprenant la diffusion à l'écran géant d'un montage vidéo des meilleurs moments de sa carrière, ainsi que des discours d'anciens coéquipiers. **Monsieur Gaétan Pageau**, maire de L'Ancienne-Lorette et **Monsieur Jean François Gosselin**, membre du comité exécutif et responsable loisirs et sports de la Ville de Québec, ont remis une toile commémorative conçue par l'artiste peintre, Michel Lapensé. La cérémonie s'est terminée par une mise au jeu protocolaire effectuée par Patrice Bergeron, accompagné de deux de ses enfants, de son frère, de sa mère, les représentants des deux villes ainsi que le représentant du partenaire présentateur du camp des Kings au Centre Vidéotron.

Cette première soirée s'est soldée par une victoire de l'équipe hôte, les Kings de Los Angeles, contre les Bruins de Boston.



Le vendredi 4 octobre, la 3<sup>e</sup> séance d'entraînement ouverte au public s'est déroulée entre 11 h et 12 h 30. Les 30 premières minutes, dédiées à l'entraînement, ont été suivies de matchs intraéquipe à 3 contre 3 et à 4 contre 4. Les amateurs présents dans les gradins ont ainsi eu le loisir d'observer les différentes étapes qui composent le quotidien d'une équipe professionnelle de hockey.

Plus tard dans l'après-midi, les joueurs des Kings de Los Angeles ont prêté main-forte à la Bouchée Généreuse en déchargeant deux camions et transportant des boîtes de nourriture. Cet organisme offre des services de première ligne en contribuant à l'amélioration du milieu de vie et de l'alimentation de la population démunie de la région de Québec. Cette activité communautaire coïncidait également avec l'ouverture officielle de leur nouveau local situé à la Place Fleur de Lys. Il y avait donc un DJ et de l'animation pour faire de cet événement une célébration festive.

Le 5 octobre, à l'occasion de la dernière journée du camp d'entraînement, le Centre Vidéotron a ouvert ses portes au public pour deux entraînements matinaux. Le premier, de 10 h 30 à 11 h 15, était celui des Kings; le second, de 11 h 30 à 12 h 15, celui des Panthers de la Floride.







Plus tard dans l'après-midi, quelques joueurs des Kings de Los Angeles ainsi que des anciens joueurs ont animé une clinique de hockey auprès de 25 jeunes des As de Québec, une équipe féminine pee-wee AAA. Ces jeunes filles, âgées de 11 à 13 ans, sont les meilleures joueuses de la Rive-Nord de Québec, de la Rive-Sud, de la Beauce et du Saguenay-Lac-Saint-Jean.



La deuxième des deux parties du camp d'entraînement a été présentée alors que les Kings de Los Angeles accueilleraient les Panthers de la Floride au Centre Vidéotron. Au total, [REDACTED] spectateurs ont assisté à cette deuxième partie. Au sens de l'entente intervenue avec le Secrétariat de la Capitale-Nationale, ce sont [REDACTED] billets qui ont été vendus dans les gradins.

C'est donc une assistance totale de [REDACTED] pour les deux parties, et au sens de l'entente, [REDACTED] de billets dans les gradins.





Dans le cadre des deux parties présentées au Centre Vidéotron, les amateurs de hockey pouvaient participer au tirage moitié-moitié. Dans la même lignée que les activités communautaires, nous avons décidé de redonner aux organismes de la région de Québec qui aident les personnes dans le besoin. Les quatre organismes visités pendant la semaine ont été ciblés : **Motivaction Jeunesse, Centre Mère-Enfant Soleil du CHU de Québec, La Bouchée Généreuse et Le Diplôme avant la médaille.**

Ils ont donc reçu chacun un montant de [REDACTED]. C'est donc un montant total de [REDACTED] qui a été amassé pour ces quatre organismes qui redonnent aux personnes dans le besoin.





## HORAIRE

 <b>1<sup>er</sup> octobre 2024</b> Mardi	 <b>2 octobre 2024</b> Mercredi	 <b>3 octobre 2024</b> Jeudi	 <b>4 octobre 2024</b> Vendredi	 <b>5 octobre 2024</b> Samedi
<b>19h00:</b> Arrivé de Kings de Los Angeles à Québec.	<b>10h30:</b> Ouverture des portes du Centre Videotron.  <b>11h à 12h30:</b> Pratique ouverte des Kings de Los Angeles au Centre Videotron.  <b>12h45:</b> Conférence de presse du Président, du joueur Philippe Danault, l'entraîneur-chef et du Capitaine de l'équipe.  <b>14h à 15h:</b> Partie de Dek hockey au Patro Laval en compagnie de jeunes de Motivation Jeunesse.  <b>15h30 à 16h30:</b> Visite de joueurs au Centre mère-enfant Soleil du CHU de Québec.	<b>10h:</b> Ouverture des portes du Centre Videotron.  <b>10h30 à 11h15 :</b> Pratique ouverte des Kings de Los Angeles au Centre Videotron.  <b>14h à 15h:</b> Clinique de hockey avec des joueurs et dans anciens joueurs des Kings de Los Angeles.  <b>15h à 16h:</b> Période de questions avec les joueurs et anciens joueurs.  <b>17h:</b> Ouverture des portes du Centre Videotron.  <b>19h: Partie des Kings contre les Bruins.</b> Cérémonie d'avant-partie rendant hommage à Patrice Bergeron.	<b>10h30:</b> Ouverture des portes du Centre Videotron  <b>11h à 12h30:</b> Pratique ouverte des Kings de Los Angeles au Centre Videotron  <b>14h à 15h :</b> Activité communautaire à la Bouchée généreuse avec des joueurs des Kings de Los Angeles.	<b>10h:</b> Ouverture des portes du Centre Videotron  <b>10h30 à 11h15:</b> Pratique ouverte des Kings de Los Angeles  <b>11h30 à 12h15:</b> Pratique ouverte des Panthers de la Floride  <b>14h à 15h:</b> Clinique de hockey avec des joueurs et dans anciens joueurs des Kings de Los Angeles.  <b>15h à 16h:</b> Période de questions avec les joueurs et anciens joueurs.  <b>17h:</b> Ouverture des portes du Centre Videotron.  <b>19h : Partie des Kings contre les Panthers</b>  <b>22h30 :</b> Départ des Kings de Los Angeles à Charlevoix

Les Kings de Los Angeles ont poursuivi leur camp d'entraînement dans la région de Charlevoix du 6 au 8 octobre 2024. L'équipe en a profité pour tisser des liens en participant à un tournoi amical de golf au Fairmont, le Manoir Richelieu. Le 7 octobre, ils ont organisé une pratique à l'aréna de Clermont, où des centaines de personnes de la communauté locale ont pu assister à cet entraînement de plus d'une heure. Finalement, ils ont quitté la région de Charlevoix le 8 octobre pour retourner à Québec et prendre l'avion vers Buffalo, où se tiendra leur premier match de la saison 2024-2025.

## ESTIMATION DE L'ACHALANDAGE

## ESTIMATION DE L'ACHALANDAGE DES PRATIQUES OUVERTES AU PUBLIC GRATUITEMENT

Nous estimons une assistance totale lors des pratiques ouvertes au public gratuitement de   amateurs de hockey.

## PROMOTION

Notre campagne marketing s'est déroulée du 13 novembre 2023 au 7 octobre 2024, pour promouvoir les deux parties du camp d'entraînement des Kings de Los Angeles au Centre Vidéotron. Durant cette période, plusieurs initiatives ont été déployées afin de maximiser la visibilité de l'événement et de stimuler la vente des billets.

Avec un investissement total de [REDACTED] pour promouvoir cette semaine d'événements, nous sommes ravis de présenter une **valeur média totale de [REDACTED]**. Cela représente un ratio exceptionnel de [REDACTED] en termes de valeur média versus investissement. Ce résultat, bien supérieur à la moyenne de l'industrie, qui se situe généralement entre [REDACTED], est une véritable démonstration de l'efficacité de nos efforts. **Québecor Média** s'est assurée du succès de cet événement en bonifiant, et ce gratuitement, la campagne marketing avec ses différentes plateformes.

Vous trouverez ci-dessous un graphique représentant la répartition des investissements ainsi qu'un graphique de la répartition de la valeur média



## FAITS SAILLANTS DE LA CAMPAGNE

### CAMPAGNE RADIOPHONIQUE

Dans le cadre de la mise en vente des billets pour les deux parties du camp d'entraînement des Kings de Los Angeles au Centre Vidéotron, nous avons mis en place une campagne radiophonique stratégique axée sur trois stations de la région de Québec : **FM 93, CHOI 98,1 et BPM Sports**. Ces stations, réputées pour leur format d'échange et d'entretien, ont permis de susciter un engouement autour de l'événement.

Grâce, en outre, à la campagne a combiné des publicités commerciales et des concours interactifs, créant ainsi une dynamique autour de la vente des billets

Grâce à cette campagne radio, qui s'est déroulée du **14 au 27 novembre 2023**, plus de [REDACTED] **billets** ont été vendus. En complément des promotions à l'antenne, les stations ont également mis à profit leurs plateformes numériques, incluant leurs médias sociaux et leurs sites web, pour maximiser la visibilité de l'événement et stimuler les ventes.



## CAMPAGNE PUBLICITAIRE IMPRIMÉE

Pour promouvoir la vente des billets, nous avons déployé une campagne publicitaire stratégique dans quelques médias imprimés. Parmi les initiatives, notre partenariat avec **le magazine Pool Pro (Le guide des poolers de hockey)**, publié le 8 août dernier, a joué un rôle clé pour faire connaître l'événement auprès des amateurs de hockey. Nous avons opté pour une publicité à fort impact, sous la forme d'une pleine page placée dans les premières pages du magazine, afin de capter rapidement l'attention du lectorat.

Cet effort publicitaire ciblé a porté fruit avec une augmentation de la vente de billets entre le **13 août et le 3 septembre 2024**.

En complément de notre présence dans **Pool Pro**, nous avons également intégré des segments publicitaires dans d'autres publications locales, telles que le **Journal de Québec**, **L'Antidote** et **Quoi Faire**, afin de maximiser la vente de billets.

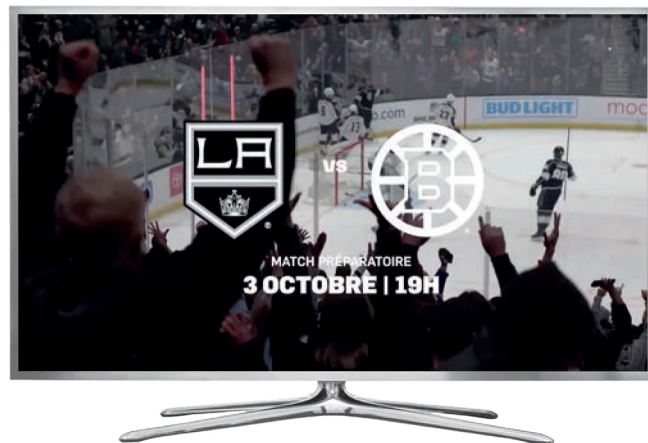


## CAMPAGNE PUBLICITAIRE TÉLÉVISUELLE

Nous avons choisi de positionner notre campagne publicitaire lors des **séries éliminatoires de la LNH** en juin, capitalisant sur l'enthousiasme par ces moments forts. Cette campagne s'est déployée à travers des segments de 30 secondes, diffusés à des moments stratégiques pour capter l'attention des amateurs de hockey.

Les résultats de cette campagne télévisuelle ont été remarquables : nous avons observé une **augmentation majeure des ventes de billets**. Entre la période de la campagne qui était entre le 6 juin et le 5 juillet, ce sont **100 000** billets qui ont été vendus.

En plus de ces segments publicitaires liés aux séries éliminatoires, nous avons également bénéficié gracieusement de diffusions sur divers canaux télévisuels de **Québecor Média**, élargissant ainsi notre portée et contribuant à l'augmentation des ventes.



## PROMOTION POUR LES DERNIÈRES SEMAINES

Dans les dernières semaines précédant le camp d'entraînement, nous avons mis en place une stratégie promotionnelle intensive visant à multiplier les points de contact avec notre audience.

Notre approche a été multicanal, combinant des campagnes télévisuelles, des affichages ciblés, des promotions sur les plateformes numériques, des campagnes radiophoniques, ainsi que des publicités imprimées. Grâce à cette mobilisation de tous les supports à notre disposition, nous avons considérablement élargi la portée de notre message, atteignant un plus grand nombre d'amateurs de hockey dans la région.

Ces efforts coordonnés ont porté fruit, car ce sont plus de **100 000** billets qui se sont vendus dans les dernières semaines avant l'événement.

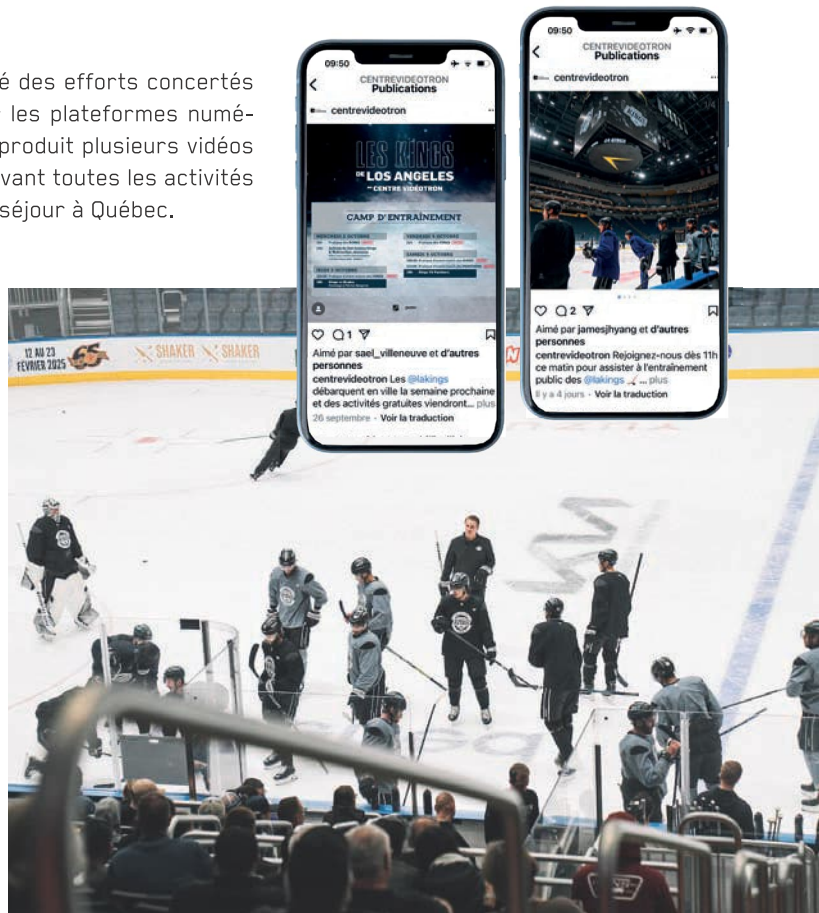
## PROMOTION LORS DE L'ÉVÉNEMENT

Notre équipe, en collaboration avec celles de Kings, a déployé des efforts concertés pour promouvoir l'ensemble des activités de la semaine sur les plateformes numériques. Nos équipes en collaboration avec des vidéastes ont produit plusieurs vidéos récapitulatifs diffusés sur nos médias sociaux, mettant de l'avant toutes les activités auxquelles les Kings de Los Angeles ont participé durant leur séjour à Québec.

De plus, nous avons mis en avant les différents moments forts de l'événement, incluant :

- **La promotion des entraînements publics gratuits** au Centre Vidéotron, permettant aux amateurs de vivre une expérience unique en observant les joueurs de près.
- **Les activités communautaires** organisées dans la région de Québec, auxquelles ont participé des joueurs actuels et d'anciens membres des Kings de Los Angeles, renforçant ainsi les liens avec la communauté.
- **La promotion des deux parties** officielles du camp d'entraînement, qui ont eu lieu au Centre Vidéotron et ont attiré de nombreux amateurs de hockey.

Grâce à cette campagne digitale, nous avons réussi à générer un engouement autour de l'ensemble des activités du camp.



## RELATION DE PRESSE

Pour assurer une couverture médiatique du camp d'entraînement des Kings de Los Angeles au Centre Vidéotron, nous avons organisé des activités de presse clé. La première étape a été une **conférence de presse** officielle annonçant l'arrivée des Kings de Los Angeles à Québec, ainsi que les deux parties qui allaient se dérouler au Centre Vidéotron. Cette annonce a marqué le lancement de notre campagne de promotion.

Dans les semaines précédant l'événement, nous avons également diffusé un **communiqué de presse** pour rappeler les détails du camp et mettre en lumière les nombreuses activités organisées en marge des deux parties. Ce communiqué a permis de promouvoir les **entraînements publics gratuits**, les activités communautaires impliquant les joueurs et anciens joueurs des Kings, ainsi que d'autres moments forts prévus durant cette semaine unique.

Ces efforts médiatiques ont contribué à maintenir un haut niveau d'intérêt et d'engagement du public jusqu'au jour de l'événement, tout en renforçant la visibilité des activités entourant le camp d'entraînement.



## RAPPORT PRÉLIMINAIRE DES REVENUS ET DES DÉPENSES

### CAMP D'ENTRAÎNEMENT DES KINGS DE LOS ANGELES

Rapport préliminaire des revenus et des dépenses

En date du 7 octobre 2024

Montants avant taxes

PRÉLIMINAIRE

### REVENUS

### DÉPENSES



<b>COÛT TOTAL DE L'ÉVÉNEMENT</b>	<b>5 714 303 \$</b>
<b>SUBVENTION VERSÉE PAR LE GOUVERNEMENT JUSQU'EN DATE DE L'ÉVÉNEMENT</b>	
Premier versement	1 250 000 \$
Second versement	1 250 000 \$
Troisième versement	2 500 000 \$
	<b>5 000 000 \$</b>
<b>BALANCE DE SUBVENTION À RECEVOIR PAR QUÉBECOR SPORTS ET DIVERTISSEMENT SUR LE MONTANT MAXIMAL AUTORISÉ</b>	<b>714 303 \$</b>



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

(L.R.Q., chapitre A-2.1)

---

## CHAPITRE II

### ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS

#### SECTION II

##### RESTRICTIONS AU DROIT D'ACCÈS

§ 3. — *Renseignements ayant des incidences sur l'économie*

Secret industriel.

**22.** Un organisme public peut refuser de communiquer un secret industriel qui lui appartient.

Renseignement financier, commercial, scientifique.

Il peut également refuser de communiquer un autre renseignement industriel ou un renseignement financier, commercial, scientifique ou technique lui appartenant et dont la divulgation risquerait vraisemblablement d'entraver une négociation en vue de la conclusion d'un contrat, de causer une perte à l'organisme ou de procurer un avantage appréciable à une autre personne.

Organisme public aux fins industrielles ou commerciales.

Un organisme public constitué à des fins industrielles, commerciales ou de gestion financière peut aussi refuser de communiquer un tel renseignement lorsque sa divulgation risquerait vraisemblablement de nuire de façon substantielle à sa compétitivité ou de révéler un projet d'emprunt, de placement, de gestion de dette ou de gestion de fonds ou une stratégie d'emprunt, de placement, de gestion de dette ou de gestion de fonds.

1982, c. 30, a. 22; 2006, c. 22, a. 11.

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

(L.R.Q., chapitre A-2.1)

---

## CHAPITRE II

### ACCÈS AUX DOCUMENTS DES ORGANISMES PUBLICS

## SECTION II

### RESTRICTIONS AU DROIT D'ACCÈS

#### § 3. — *Renseignements ayant des incidences sur l'économie*

Renseignement d'un tiers.

**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.



## 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, L.R.Q., c. A-2.1.

### RÉVISION

#### 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

Téléphone : 418 528-7741  
Télécopieur : 418 529-3102

#### Montréal

500, boulevard René-Lévesque Ouest  
Bureau 18.200  
Montréal (Québec) H2Z 1W7

Téléphone : 514 873-4196  
Télécopieur : 514 844-6170

Téléphone sans frais pour les deux bureaux : **1-888-528-7741**  
Courrier électronique : [cai.communications@cai.gouv.qc.ca](mailto: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 trente 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 trente jours (art. 135).