

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
Dec 08, 2014 to Jan 31, 2015	0	0	0	0	150 Design Contest \$97,513 Facebook Twitter Google Search	0	0	0
January to February 2015	0	Winterlude 2015 - Capital Experience \$34,505 Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101, CHIN	Winterlude 2015 - Capital Experience \$58,410 Where Magazine, Le Droit, Ottawa Citizen, Metro, Ottawa Tourism	Winterlude 2015 - Capital Experience \$32,000 CBC, Radio-Canada, CTV,, Tourisme Outaouais,CHIN	0	0	0	Winterlude 2015 - Capital Experience \$9,179 Postes Canada, Canadian Intercity Tourism Services, Diffusart
May to September 2015	0	0	Visitor Services \$43,277.53 Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Where Magazine, Where Map	0	0	0	0	0
June 2015	Canada Day 2015 - Capital Experience \$36,135 CBC, NewsNetwork, RDI et Ici Radio-Canada	Canada Day 2015 - Capital Experience \$19,100 Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101, CHIN	Canada Day 2015 - Capital Experience \$28,938 Le Droit, Ottawa Citizen, TC Media	0	0	0	0	0
July to August 2015	0	Northern Lights 2015 - Capital Experience \$10,000 Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101, CHIN	Northern Lights 2015 - Capital Experience \$15,901 Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ottawa Festival, Where Magazine, Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)	Northern Lights 2015 - Capital Experience 9 034 \$ Radio-Canada, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ottawa Citizen, (Note 3)	1 941 \$ Facebook Twitter	0	0	Northern Lights 2015 - Capital Experience \$19,300 Pattison, Canadian Intercity Tourism Services

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
September to November 2015	0	0	Youth Programs \$18,295 Teacher Field Trip Guide, Voyages A+, Canadian Association of Principals, Voice Magazine, Professionally Speaking/Pour parler profession, Teach Magazine, Guide Source en éducation	0	Youth Programs \$10,000 Facebook, Twitter	0	0	0
December 2015 to January 2016	0	Christmas Lights Across Canada 2015-2016- Capital Experience \$3,000 Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101	Christmas Lights Across Canada 2015-2016- Capital Experience \$5,117 Hill Times, Le Droit, Ottawa Citizen	Christmas Lights Across Canada 2015-2016- Capital Experience \$7,068 Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ottawa Citizen, Le Droit	0	0	0	Christmas Lights Across Canada 2015-2016- Capital Experience \$2,684 Canadian Intercity Tourism Services
January to February 2016	0	Winterlude 2016 - Capital Experience \$47,225 Energie, Rouge FM, CHIN, Kiss FM, Country 101 (Note 2)	Winterlude 2016 - Capital Experience \$41,655 Where Magazine, Horizon Magazine, Ottawa Citizen, Le Droit, La Revue, Metro	Winterlude 2016 - Capital Experience \$54 017 Energie, Le Droit, Ottawa Citizen, La Revue (Note 3)	27 500 \$ Facebook Twitter	0	0	Winterlude 2016 - Capital Experience \$1,430 Canadian Intercity Tourism Services
April to September 2016	0	0	Visitor Services \$20,295 Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Where Magazine	0	Visitor Services \$10,000 Facebook and Twitter	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
June 2016	Canada Day 2016 - Capital Experience CBC, Radio-Canada (Note 1)	Canada Day 2016 Capital Experience \$18,100 Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3 (Note 2)	Canada Day 2016 - Capital Experience \$31,925 Le Droit, Ottawa Citizen	0	7 800\$ Facebook Twitter	0	0	Canada Day 2016 - Capital Experience NewAd (Note 1)
July to September 2016	Northern Lights 2016 - Capital Experience \$30,000 CTV, Radio-Canada	Northern Lights 2016 \$10,500 Énergie 104.1, Rouge 94.9, KISS 105.3 (Note 2)	Northern Lights 2016 - Capital Experience \$10,125 Hill Times, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ontario Summer Fun Guide, Where Magazine (Note 2)	Northern Lights 2016 - Capital Experience \$9,465 CTV, Radio-Canada, Ottawa Tourism, Ottawa University, Tourisme Outaouais, Ontario Summer Fun Guide, , Tourisme Outaouais, Ottawa University, Kids in the Capital, Apartment 613, Ottawa Start, CTV Morning Live, St-Joseph Media, Énergie 104.1, Rouge 94.9, KISS 105.3 (Note 3)	4 500 \$ Facebook Twitter	0	0	Northern Lights 2016 - Capital Experience \$18,329 Out-of-Home: Canadian Intercity, Ottawa University, CINE+, Shaw Centre, CTM explore board signage
September to November 2016	0	0	Youth Programs 2016 - Capital Experience \$12,785 Guide source en éducation 2016-2017, Teach Magazine, Voice Magazine, Voyages A+, Teacher Field Trip Guide - 101 Things to do with kids, Canadian Association of Principals	Youth Programs 2016 - Capital Experience \$5,510 Teach Magazine, Professionally Speaking / Pour parler profession	0	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
Nov. 4, 2016 to Nov. 25, 2016	0	0	0	0	Canadian content in a digital world Consultations \$25,578.13 Facebook Twitter	0	0	0
December 2016 to January 2017	0	Christmas Lights Across Canada 2016-2017- Capital Experience \$3,000 Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3	Christmas Lights Across Canada 2016-2017 - Capital Experience \$5,600 Hill Times, Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)	Christmas Lights Across Canada 2016-2017 - Capital Experience \$7 750 Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Kids in the Capital, Apartment 613, Ottawa Start, Le Droit, Ottawa Citizen (Note 3)	3 286 \$ Facebook Twitter	0	0	0
January to February 2017	0	Winterlude 2017 - Capital Experience \$34 000 Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3 and CHIN radio stations (Note 2)	Winterlude 2017 - Capital Experience \$45,150 Le Droit, Ottawa Citizen, Where Magazine (Note 2)	Winterlude 2017 - Capital Experience \$65 798 Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3 Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Ottawa Citizen, Le Droit, La Presse+, University of Ottawa, Meteo Media, Native Touch, Star Metro News, Toronto Star (Note 3)	27 000 \$ Facebook Twitter	0	0	Winterlude 2017 - Capital Experience \$9,968 Out-of-Home: Canadian Intercity Tourism Service, CTM Media Group, Pattison

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
December 2016 to March 2017	Canada 150th Anniversary - \$709,289	0	0	Canada 150th Anniversary \$1,740,483.24	0	Canada 150th Anniversary \$155,787 Calgary: Airport and Digital Office network, Edmonton: Digital Office network and Transit, Halifax, Montreal, Ottawa/Gatineau, Vancouver: Digital Office network, Toronto: Digital Office network, Transit, Urban Pathways	0	Canada 150th Anniversary \$138,995 Cineplex Cinema (National)
September to October 2017	0	0	0	Design Competition: Memorial to the Victims of Communism \$2,490 Facebook, Twitter, Asure Magazine	0	0	0	0
December 2016 to March 2017	0	0	Canada Day Challenge \$5,500 OWL Magazine Les Débrouillards	0	Canada Day Challenge \$3,878.23 Facebook, Twitter, Instagram,	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
April to September 2017	0	0	Visitor Services Print Magazines: \$10,377.89 Where Magazine Ottawa Tourist Guide (Fr. & Eng.)	0	Visitor Services Internet: \$7,557.27 Facebook, Twitter, Instagram	0	0	0
June 2017	Canada Day 2017 - Capital Experience CBC, Radio-Canada (Note 1)	Canada Day 2017 - Capital Experience \$32,590 Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 and CHIN radio stations (Note 2)	Canada Day 2017 - Capital Experience \$45,045 Le Droit, Ottawa Citizen, Metro Land (Note 2)	Canada Day 2017 - Capital Experience \$10 951,21 Le Droit, Ottawa Citizen, Metro Ottawa, Native Touch, Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 and CHIN radio stations (Note 3)	22 000\$ Facebook Twitter	0	0	Canada Day 2017 - Capital Experience Pattison (Note 1)

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
July to September 2017	Northern Lights 2017 - Capital Experience CBC, Radio-Canada (Note 1)	Northern Lights 2017 - Capital Experience \$10,000 Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 radio stations (Note 2)	Northern Lights 2017 - Capital Experience \$10,750 St-Joseph Media, Hill Times (Note 2)	Northern Lights 2017 - Capital Experience \$18,183 Ontario Summer Fun Guide, University of Ottawa, Native Touch, Cineplex, Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, St-Joseph Media, Tourisme Outaouais, Ottawa University, Ottawa Start, Apartment 613, Sous-sol 819, Kids in the Capital, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 radio stations (Note 3)	6 000\$ Facebook Twitter	0	0	Northern Lights 2017 - Capital Experience \$38,377 Canadian Intercity, NewAd (Note 1)
Jul. 17, 2017 to Dec. 31, 2017	0	0	0	0	Canada 150 \$231,978.58 Facebook Twitter YouTube	0	0	0
September to November 2017	0	0	Youth Programs 2017 - Capital Experience \$15,080 Guide source en éducation 2017-2018, Teach magazine, Voice Magazine, Teacher Field Trip Guide - 101 Things to do with kids, Canadian Association of Principals	Youth Programs 2017 - Capital Experience \$9,260 Teach Magazine, Professionally Speaking / Pour parler profession, ChatterHigh	0	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
December 2017 to January 2018	0	Christmas Lights Across Canada 2017 - Capital Experience \$3,000 Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations (Note 2)	Christmas Lights Across Canada 2017 - Capital Experience \$6,300 Le Droit, Metro News, Hill Times (Note 2)	Christmas Lights Across Canada 2017 - Capital Experience \$2 200 Le Droit, Metro News, Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Kids in the Capital, Apt 613, Ottawa Start, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations (Note 3)	2 300 \$ Facebook Twitter	0	0	Christmas Lights Across Canada 2017 - Capital Experience \$7,111 Cineplex, Neo-traffic, Tim Horton's TV
January to February 2018	Winterlude 2018 - Capital Experience CBC, Radio-Canada (Note 1)	Winterlude 2018 - Capital Experience \$33,500 Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations and CHIN (Note 2)	Winterlude 2018 - Capital Experience \$23,950 Where magazine, Toronto Star, Metro Toronto, Ottawa Metro News, Ottawa Citizen, Le Droit (Note 2)	Winterlude 2018 - Capital Experience \$20 773 Toronto Star, Metro Toronto, Ottawa Metro News, Ottawa Citizen, Le Droit,, Ottawa Tourism and Tourisme Outaouais, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 and CHIN radio stations (Note 3)	25 377 \$ Facebook Twitter	0	0	Winterlude 2018 Capital Experience - Astral Media, Pattison, Cineplex, Street media advertising (Note 1)
April 2017 to January 2018	Canada 150th Anniversary \$516,939.44	0	0	0	Canada 150th Anniversary \$1,741,110.51 Buzzfeed, Spotify, YouTube, Twitter, Facebook, Instagram	0	0	Canada 150th Anniversary \$266,473.73 Cineplex Cinema (National)



how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
May to September 2018	0	0	Visitor Services - Capital Experience \$10,330	Visitor Services - Capital Experience \$991.91 Ottawa Tourism	7 000 \$ Facebook Twitter	0	0	Visitor Services - Capital Experience \$7,161.96 Tim Horton's TV, Outdoor: columns Morris
February 2018	0	0	0	0	National Flag Day 2018 \$4,966.10 Instagram	0	0	0
June 2018	0	Canada Day 2018 - Capital Experience \$16,000 Énergie 104.1, Rouge 94.9 and HOT 89.9 (Note 2)	Canada Day 2018 - Capital Experience \$14,500 Le Droit and Ottawa Citizen (Note 2)	Canada Day 2018 - Capital Experience \$15 771 Kids in the Capital, Apt 613, Ottawa Start, Destination Famille, Faces Magazine, Le Droit, Ottawa Citizen, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Énergie 104.1, Rouge 94.9 and HOT 89.9 (Note 3)	7 359 \$ Facebook Twitter Google	0	0	Canada Day 2018 - Capital Experience \$14,904 Imagi, Pattison, Postering Ottawa, Diffusart
July to September 2018	0	Northern Lights 2018 - Capital Experience \$10,000 Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations (Note 2)	Northern Lights 2018 - Capital Experience \$11,585 Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, ON Summer Fun Guide, Ottawa Festivals, Hill Times, Where Magazine (Note 2)	Northern Lights 2018 - Capital Experience \$1 479 Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, ON Summer Fun Guide, Ottawa Event Bloggers, Faces magazine, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations (Note 3)	6 000 \$ Facebook Twitter Goolg e Youtube	0	0	Northern Lights 2018 - Capital Experience \$27,510.19 Ottawa Rickshaws, Postering Ottawa, Manulife Building Ottawa, Sidewalks installation, Cineplex, Rideau Centre, Tim Horton's TV

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
Jul. 27, 2018 to Aug. 9, 2018	0	0	0	0	Indigenous Languages Legislation \$24,517.35 Facebook Twitter	0	0	0
September 2018 to February 2019	0	0	Youth Programs 2018 - Capital Experience \$8,695 Ontario College of Teachers, Attractions Ontario (Note 2)	Youth Programs 2018 - Capital Experience \$22 080,55 Native Touch, Ontario College of Teachers, L'École Branchée, AMEQ, ChatterHigh	1 159.45 \$ Facebook Instagram Twitter	0	0	0
December 2018 to January 2019	0	Christmas Lights Across Canada 2018-2019 - Capital Experience \$3,000 Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations	Christmas Lights Across Canada 2018-2019 - Capital Experience \$6,500 The Hill Times (Note 1)	Christmas Lights Across Canada 2018-2019 - Capital Experience \$3 450 Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Ottawa Citizen, Kids in the Capital, Apt 613, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 radio stations (Note 3)	2 300 \$ Facebook Twitter Instagram	0	0	Christmas Lights Across Canada 2018-2019 - Capital Experience Cineplex, Zélé Productions, Neo-traffic (Note 1)

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
January to February 2019	0	Winterlude 2019 - Capital Experience \$33 500 Énergie 104.1, Rouge 94.9, HOT 89.9 and CHIN radio stations (Note 2)	Winterlude 2019 - Capital Experience \$23 000 Ottawa Citizen, Le Droit (Note 2)	Winterlude 2019 - Capital Experience \$68 150 APTN, Little Miss Ottawa, Apt 613, Faces Magazine, Ottawa Start, Kids in the Capital, Amy in 613, Destination Famille, Spotify, Native Touch, La Presse+, Énergie 104.1, Rouge 94.9, HOT 89.9, CHIN, Ottawa Citizen, Le Droit (Note 3)	Facebook Instagram Twitter Youtube 13 500\$	0	0	\$7,200
June 2018	0	0	0	0	National Indigenous Peoples Day 2018 \$41,329.47 Facebook, Instagram	0	0	0
April 2018 to February 2019	0	0	Visitor Services of the National Capital Region \$4,872.50 Outaouais Tourist Guide, Where Magazine	Visitor Services of the National Capital Region \$10,860	0	0	0	Visitor Services of the National Capital Region \$6,226.71 CTM brochure racks, Outdoor columns
November to December 2018	0	0	0	0	#CDNCharter - Human Rights Day \$8,569.26 Twitter, Instagram	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
August to September 2018	0	0	0	0	McLarena Experience - \$751.80 Facebook, Instagram, Twitter	0	0	McLarena Experience - \$5,901.28 Restaurant restrooms, telephone poles, construction site boards, walking
December 2018 to January 2019	0	0	0	0	Visitor Services - Recruitment \$3,000 Facebook, Instagram	0	0	0
February 2019	0	0	0	0	National Flag Day 2019 \$10,000 Instagram	0	0	0
June 2019	0	0	0	0	Sport for Social Development in Indigenous Communities - \$49,900 Facebook, Twitter	0	0	0
June 2019	0	0	0	0	National Indigenous Peoples Day - \$25,000 Facebook, Instagram, Twitter, Google Display Network	0	0	0
June 2019	0	0	0	0	Canadian Multiculturalism Day - \$25,000 Facebook, Instagram, Twitter, Google Display Network	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
June 2019	0	0	0	0	Rideau Canal Promenade - \$5,000 Facebook, Instagram, Twitter	0	0	0
June 2019	Canada Day 2019 - Capital Experience \$2,500 Radio-Canada	Canada Day 2019 - Capital Experience \$12,080 Bell Media, RNC Media, Rogers (Note 2)	Canada Day 2019 - Capital Experience \$9,539 Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)	Canada Day 2019 - Capital Experience \$16 890 Destination Famille, Little Miss Ottawa, Amy in 613, Apt 613, YowCityStyle, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Faces Magazine, Narcity, Spotify, Le Droit, Ottawa Citizen. (Note 3)	5 959\$ Facebook	0	0	Canada Day 2019 - Capital Experience \$10,501 Imagi, Postering Ottawa, Cineplex, Tim's TV
July to September 2019	Northern Lights 2019 Capital Experience \$5,000 Radio-Canada, TVA (RNC media)	Northern Lights 2019 - Capital Experience \$9,500 Corus, Bell Media, RNC	0	Northern Lights 2019 - Capital Experience \$3 000 Hill Times,, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais	3 000\$ Facebook Twitter	0	0	Northern Lights 2019 - Capital Experience \$34,186.04 Astral, Imagi, Rickshaws Studios, Postering Ottawa, Optima, Tim's TV, St-Joseph Media
May to September 2019	0	0	Visitor Services of the National Capital Region \$2,415.00 Where Magazine	Visitor Services of the National Capital Region \$7 730 Facebook, Instagram, Twitter, Google Ads, Native Touch, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais	5 460 \$ Facebook Twitter Instagram Google	0	0	Visitor Services of the National Capital Region \$8,150.00 CTM brochure racks, Mall digital displays, Ottawa International Airport digital displays

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
September 2019 to February 2020	0	0	Youth Programs 2019 - Capital Experience \$6,320 Professionally Speaking, Are there yet? Pour parler profession, Traces	Youth Programs 2019 - Capital Experience \$9,335 Ontario College of Teachers, AMEQ	10 000 \$ Facebook TwitterYoutube Google	0	0	Youth Programs 2019 - Capital Experience \$5,000 Native Touch
December 2019 to January 2020	0	Christmas Lights Across Canada 2019-2020 - Capital Experience \$3,000 Bell Media, Corus	Christmas Lights Across Canada 2019-2020 - Capital Experience \$1,000 Ottawa Citizen	Christmas Lights Across Canada 2019-2020 - Capital Experience \$7 237,02 Le Droit, Postmedia, Hill Times, Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Kids in the Capital, Apt613	5 738.98 \$ Facebook Twitter Instagram Google	0	0	Christmas Lights Across Canada 2019-2020 - Capital Experience Cineplex, Native Touch \$3,486
December 2019 to January 2020	0	0	0	0	Visitor Services Officer Recruitment - \$1,150 Facebook, Instagram	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
January to February 2020	Winterlude 2020 - Capital Experience \$10,000 CBC, Radio-Canada	Winterlude 2020 - Capital Experience \$21,500 Énergie, Rouge FM, WOW FM, CHIN, Rogers (Note 2)	Winterlude 2020 - Capital Experience \$26,650 Le Droit, Ottawa Citizen, Fugues, re:porter magazine (Note 2)	Winterlude 2020 - Capital Experience \$67 312 Le Droit, Ottawa Citizen, Fugues, APTN, Énergie, Rouge FM, WOW FM, CHIN, Rogers, Apt 613, Amy in 613, Little Miss Ottawa, Narcity, Le Pressoir, Destination Famille, Faces Magazine, YOW City Style, La Presse+, Radio-Canada, CBC, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais (Note 3)	22 000 \$ Facebook Twitter Google	0	0	Winterlude 2020 - Capital Experience \$26,153 Posting Ottawa, Native Touch, Cineplex, Astral Media, Neo-traffic
January 23 to February 24, 2020	0	0	0	Afghanistan Monument Request for qualifications (RFQ) - Promote the Afghanistan Monument RFQ \$745 Akimbo, Vie des Arts	Afghanistan Monument Request for qualifications (RFQ) - Promote the Afghanistan Monument RFQ \$3,190.47 Twitter, LinkedIn, Google	0	0	0
February 10 to 15, 2020	0	0	0	0	National Flag of Canada Day - Promote February 15 as National Flag of Canada Day \$10,000 Instagram	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
February 19 to March 25, 2020	0	0	0	0	Commemorating Residential Schools (funding) - promote the available funding to enable communities and organizations to recognize and commemorate the history and legacy of residential schools. \$21,722.89 Facebook, Twitter	0	0	0
January, 2020	0	0	0	149 865,48 \$ Canada Day 2020 CBC Radio Canada, Rogers, Bell, Corus, Postmedia, Narcity, Spotify, Tourisme Outouais, Apt 613, FACES Magazine, YOWCityStyle, Little Miss Ottawa	\$109,715.62 Facebook Twitter Instagram Google Youtube	0	0	0
Sound and Light 2020 July and August 2020	0	0	0	Digital platforms \$65,475	\$43,854.36 Facebook Instagram Twitter Google / Youtube	0	0	0



how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
September 30 to December 19, 2020	0	0	0	Request for quote (RFQ) for Global Affairs Canada Commemorative Artwork - promote the RFQ for Global Affairs Canada Commemorative Artwork \$1,340 Akimbo, A+Dwive	Request for quote (RFQ) for Global Affairs Canada Commemorative Artwork - promote the RFQ for Global Affairs Canada Commemorative Artwork \$2,160 Twitter, LinkedIn, Google	0	0	0
October 7 to 16, 2020	0	0	0	0	Sport for Social Development in Indigenous Communities (funding) - promote the funding available \$49,862.06 Facebook, Twitter	0	0	0
October 19, 2020 to January 5, 2021	0	0	0	Request for quote (RFQ) LGBTQ2+ National Monument - Promote the RFQ for LGBTQ2+ National Monument \$7,898.50 Akimbo, Vie des Arts, Canadian Architect, Royal Architectural Institute of Canada, Fugues, Xtra, Archinect, ArchDaily	Request for quote (RFQ) LGBTQ2+ National Monument - Promote the RFQ for LGBTQ2+ National Monument \$5,000 Twitter, LinkedIn, Google	0	0	0

how long did the advertisements run for	(i) television, specifying the stations	(ii) radio, specifying the stations	(iii) print (i.e. newspapers and magazines), specifying the names of the publications	(iv) digital platforms	(v) Social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(vi) billboards, specifying their locations	(vii) bus shelters, specifying their location	(viii) advertising in all other publicly accessible places
December 21, 2020 to February 21, 2021	0	0	0	LGBTQ2 Survey - Promote the LGBTQ2 Action Plan Survey \$3,100 Xtra, Fugues	LGBTQ2 Survey - Promote the LGBTQ2 Action Plan Survey \$20,302.87 Facebook, Instagram, Twitter, Google	0	0	0
February 5, 2021 to February 15, 2021	0	0	0	0	Canadian Flag Day - Promote the Canadian Flag Day \$27,184.53 Facebook, Instagram, Twitter	0	0	0
Christmas Lights Across Canada 2020 November and December 2020	0	30 sec. Radio Campaign FR & ENG 3 000 \$	10 979.53 \$ Le Droit, Ottawa Citizen & Ottawa Sun, Hill Times, Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Capital information Kiosk, Cineplex	2 485.50 \$ Kids in the Capital, Apt 613, Google	4 547,48 \$ Facebook, Twitter	0	0	0
Winterlude 2021 February 5, 2021 to February 25, 2021	\$15, 000 CBC / Radio-Canada (CBC, NewsNetwork, RDI)	\$68, 660 CBC / Radio-Canada, Bell Media EN et FR (Move 100.3, Énergie 104,1 et Rouge 94,9), Stingray (Live 88,5), Rogers (Kiss 105.3), RNC Media (WOW 97,1), Spotify	0	\$94, 500 (La Presse, Le Droit, Narcity, Ottawa Citizen, National Post, Post Media, Tourisme Outaouais)	\$143 143 Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Google Ad Words, Google Display	0	0	0

Note 1 - The amounts for that fiscal year includes only the spending done in 2015 (January 1 to March 31, 2015) - See the summary table for annual amounts.

Note 2 - These amounts are part of a negotiated package that includes print and / or social media and / or internet placements.

Note 3 - These amounts do not include the amounts from ii and / or iii.

<b>FISCAL YEAR</b>	<b>ADVERTISING SPENDING TRADITIONAL MEDIA</b>	<b>ADVERTISING SPENDING WEB GIANTS (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google and YouTube)</b>
2014-2015 (Note 1)	\$124,915.00	\$97,513.00
2015-2016	\$362,176.53	\$39,441.00
2016-2017	\$2,930,935.47	\$83,674.13
2017-2018	\$1,079,066.53	\$2,049,858.72
2018-2019	\$376,997.82	\$41,070.25
2019-2020	\$459,094.54	\$234,450.81
2020-2021	\$422,304.01	\$405,769.92
<b>TOTAL</b>	<b>\$5,755,489.90</b>	<b>\$2,951,777.83</b>

Note 1 - The amounts for that fiscal year includes only the spending done in 2015 (January 1 to March 31, 2015)

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
8 décembre 2014 au 31 janvier 2015	0	0	0	0	Concours design 150 97 513 \$ Facebook Twitter Google Search	0	0	0
Janvier et février 2015	0	Bal de Neige 2015 Expérience de la capitale 34 505 \$ Energie, Rouge FM, Rogers, CHIN	Bal de Neige 2015 Expérience de la capitale 58 410 \$ Where Magazine, Le Droit, Ottawa Citizen, Metro, Ottawa Tourism	Bal de Neige 2015 Expérience de la capitale 32 000 \$ CBC, Radio-Canada, CTV Tourisme Outaouais, CHIN	0	0	0	Bal de Neige 2015 Expérience de la capitale 9 179 \$ Postes Canada, Canadian Intercity Tourism Services, Diffusart
Mai à septembre 2015	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 43 277,53 \$ Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Where Magazine, Where Map	0	0	0	0	0
Juin 2015	Fête du Canada 2015 Expérience de la capitale 36 135 \$ CBC, NewsNetwork, RDI et Ici Radio-Canada	Fête du Canada 2015 Expérience de la capitale 19 100 \$ Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101, CHIN	Fête du Canada 2015 Expérience de la capitale 28 938 \$ Le Droit, Ottawa Citizen, TC Media	0	0	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Juillet à août 2015	0	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 10 000 \$ Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101, CHIN	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 15 901 \$ Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ottawa Festival, Where Magazine, Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 9 034 \$ Radio-Canada, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ottawa Citizen (Note 3)	Lumières du Nord 2016 1 941 \$ Facebook Twitter	0	0	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 19 300 \$ Pattison, Canadian Intercity Tourism Services
Septembre à novembre 2016	0	0	Programme jeunesse 2015 Expérience de la capitale 18 295 \$ Teacher Field Trip Guide, Voyages A+, Canadian Association of Principals, Voice Magazine, Professionally Speaking/Pour parler profession, Teach Magazine, Guide Source en éducation	0	0	0	0	0
Décembre 2015 à janvier 2016	0	Lumières de Noël au Canada 2015-2016 Expérience de la capitale 3 000 \$ Energie, Rouge FM, Kiss FM, Country 101	Lumières de Noël au Canada 2015-2016 Expérience de la capitale 5 117 \$ Hill Times, Le Droit, Ottawa Citizen	Lumières de Noël au Canada 2015-2016 Expérience de la capitale 7 068 \$ Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ottawa Citizen, Le Droit	0	0	0	Lumières de Noël au Canada 2015-2016 Expérience de la capitale 2 684 \$ Canadian Intercity Tourism Services

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Janvier et février 2016	0	Bal de Neige 2016 Expérience de la capitale 47 225 \$ Energie, Rouge FM, CHIN, Kiss FM, Country 101 (Note 2)	Bal de Neige 2016 Expérience de la capitale 41 655 \$ Where Magazine, Horizon Magazine, Ottawa Citizen, Le Droit, La Revue, Metro	Bal de Neige 2016 Expérience de la capitale 54 017 \$ Energie, Le Droit, Ottawa Citizen, La Revue (Note 3)	Bal de Neige 2016 27 500 \$ Facebook Twitter	0	0	Bal de Neige 2016 Expérience de la capitale 1 430 \$ Canadian Intercity Tourism Services
Avril à septembre 2016	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 20 295 \$ Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Where Magazine	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 10 000 \$ Facebook and Twitter	0	0	0
Juin 2016	Fête du Canada 2016 Expérience de la capitale CBC, Radio-Canada (Note 1)	Fête du Canada 2016 Expérience de la capitale 18 100 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3 (Note 2)	Fête du Canada 2016 Expérience de la capitale 31 925 \$ Le Droit, Ottawa Citizen	0	Fête du Canada 7 800\$ Facebook Twitter	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Juillet à septembre 2016	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 30 000 \$ CTV, Radio-Canada	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 10 500 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, KISS 105.3 (Note 2)	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 10 125 \$ Hill Times, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Ontario Summer Fun Guide, Where Magazine (Note 2)	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 9 465 \$ CTV, Radio-Canada, Ottawa Tourism, Université d'Ottawa, Tourisme Outaouais, Ontario Summer Fun Guide, Kids in the Capital, Apartment 613, Ottawa Start, CTV Morning Live, St-Joseph Media, Énergie 104.1, Rouge 94.9, KISS 105.3 (Note 3)	Lumières du Nord 2016 4 500 \$ Facebook Twitter	0	0	Lumières du Nord 2016 Expérience de la capitale 18 329 \$ Affichage : Canadian Intercity, Université d'Ottawa, CINÉ+, Centre Shaw, CTM explore: panneaux de signalisation
Septembre à novembre 2016	0	0	Programmes Jeunesse 2016 Expérience de la capitale 12 785 \$ Guide source en éducation 2016-2017, Teach Magazine, Voice Magazine, Voyages A+, Teacher Field Trip Guide - 101 Things to do with kids, Canadian Association of Principals	0	Programmes Jeunesse 2016 Expérience de la capitale 5 510 \$ Teach Magazine, Professionally Speaking / Pour parler profession	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
4 au 25 novembre, 2016	0	0	0	0	Consultations sur le contenu canadien dans un monde numérique 25 578,13 \$ Facebook Twitter	0	0	0
Décembre 2016 et janvier 2017	0	Lumières de Noël au Canada 2016-2017 - Expérience de la capitale 3 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3	Lumières de Noël au Canada 2016-2017 - Expérience de la capitale 5 600 \$ Hill Times, Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)	Lumières de Noël au Canada 2016-2017 - Expérience de la capitale 7 750 \$ Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Kids in the Capital, Apartment 613, Ottawa Start, Le Droit, Ottawa Citizen (Note 3)	Lumières de Noël au Canada 2016-2017 3 286 \$ Facebook Twitter	0	0	0
Janvier et février 2017	0	Bal de Neige 2017 Expérience de la capitale 34 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3, CHIN radio (Note 2)	Bal de Neige 2017 Expérience de la capitale 45 150 \$ Le Droit, Ottawa Citizen, Where Magazine (Note 2)	Bal de Neige 2017 Expérience de la capitale 65 798 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, Country 101.1, KISS 105.3 Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Ottawa Citizen, Le Droit, La Presse+, Université d'Ottawa, Météo Média, Native Touch, Star Metro News, Toronto Star (Note 3)	Bal de Neige 2017 27 000 \$ Facebook Twitter	0	0	Bal de Neige 2017 Expérience de la capitale 9 968 \$ Affichage : Canadian Intercity, CTM Media Group, Pattison



période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Décembre 2016 à mars 2017	150e anniversaire du Canada 709 289 \$	0	0	150e anniversaire du Canada 1 740 483,24 \$	0	150e anniversaire du Canada 155 787 \$ Calgary : Aéroport et Réseau numériques de bureaux; Edmonton : Réseau numérique de bureaux & Réseau urbain; Halifax, Montréal, Ottawa/Gatineau, Vancouver : Réseau numériques de bureaux; Toronto : Réseau numériques de bureaux, transports collectifs, réseau urbain	0	150e anniversaire du Canada 138 995 \$ Cinéma Cineplex (National)
Septembre à octobre 2017	0	0	0	Concours de design Monument aux victimes du communisme 2 490 \$ Facebook, Twitter, Magazine Azure	0	0	0	0
Décembre 2016 à mars 2017	0	0	Défi de la fête du Canada 5 500 \$ OWL Magazine Les Débrouillards	0	Défi de la fête du Canada 3 878,23 \$ Facebook, Twitter, Instagram	0	0	0
Avril à septembre 2017	0	0	Service aux visiteurs Magazines : 10 377,89 \$ Where Magazine Ottawa Tourist Guide (Fr. et Ang.)	0	Service aux visiteurs Internet: 7 557,27 \$ Facebook, Twitter, Instagram	0	0	0

<p>période pendant laquelle les annonces ont paru</p>	<p>(i) la télévision, en indiquant les stations</p>	<p>(ii) la radio, en indiquant les stations</p>	<p>(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications</p>	<p>(iv) plateformes digitales</p>	<p>(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)</p>	<p>(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement</p>	<p>(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement</p>	<p>(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public</p>
<p>Juin 2017</p>	<p>Fête du Canada 2017 Expérience de la capitale CBC, Radio-Canada (Note 1)</p>	<p>Fête du Canada 2017 Expérience de la capitale 32 590 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 and CHIN radio stations (Note 2)</p>	<p>Fête du Canada 2017 Expérience de la capitale 45 045 \$ Le Droit, Ottawa Citizen, Metro Land (Note 2)</p>	<p>Fête du Canada 2017 Expérience de la capitale 10 951.21 \$ Le Droit, Ottawa Citizen, Metro Ottawa, Native Touch, Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 et CHIN radio (Note 3)</p>	<p>Fête du Canada 22 000\$ Facebook Twitter</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>Fête du Canada 2017 Expérience de la capitale Pattison (Note 1)</p>
<p>Juillet à septembre 2017</p>	<p>Lumières du Nord 2017 Expérience de la capitale CBC, Radio-Canada (Note 1)</p>	<p>Lumières du Nord 2017 -Expérience de la capitale 10 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 (Note 2)</p>	<p>Lumières du Nord 2017 Expérience de la capitale 10 750 \$ St-Joseph Media, Hill Times</p>	<p>Lumières du Nord 2017 Expérience de la capitale 18 183 \$ Ontario Summer Fun Guide, Université d'Ottawa, Native Touch, Cineplex, Tourisme Outaouais, Tourisme Ottawa, St-Joseph Media, Ottawa Start, Apartment 613, Sous-sol 819, Kids in the Capital, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9 (Note 3)</p>	<p>Lumières du Nord 2017 6 000\$ Facebook Twitter</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>Lumières du Nord 2017 Expérience de la capitale 38 377 \$ Canadian Intercity, NewAd (Note 1)</p>

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
17 juillet 2017 au 31 décembre 2017	0	0	0	0	Canada 150 231 978,58 \$ Facebook Twitter YouTube	0	0	0
Septembre à novembre 2017	0	0	Programmes jeunesse 2017 Expérience de la capitale 15 080 \$ Guide source en éducation 2017-2018, <i>Teach magazine</i> , <i>Voice Magazine</i> , <i>Teacher Field Trip Guide - 101 Things to do with kids</i> , <i>Canadian Association of Principals</i>	Programmes jeunesse 2017 Expérience de la capitale 9 260 \$ <i>Teach Magazine</i> , Professionally Speaking / Pour parler profession, ChatterHigh	0	0	0	0
Décembre 2017 à janvier 2018	0	Lumières de Noël au Canada 2017 - Expérience de la capitale 3 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 (Note 2)	Lumières de Noël au Canada 2017 - Expérience de la capitale 6 300 \$ Le Droit, Metro News, Hill Times (Note 2)	Lumières de Noël au Canada 2017 - Expérience de la capitale 2 200 \$ Le Droit, Metro News, Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Kids in the Capital, Apt 613, Ottawa Start, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 (Note 3)	Lumières de Noël au Canada 2017-2018 2 300 \$ Facebook Twitter	0	0	Lumières de Noël au Canada 2017 - Expérience de la capitale 7 111 \$ Cineplex, Neo-traffic, Tim Horton's TV

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Janvier à février 2018	Bal de Neige 2018 Expérience de la capitale CBC, Radio-Canada (Note 1)	Bal de Neige 2018 Expérience de la capitale 33 500 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 et CHIN (Note 2)	Bal de Neige 2018 Expérience de la capitale 23 950 \$ Where magazine, Toronto Star, Metro Toronto, Ottawa Metro News, Ottawa Citizen, Le Droit (Note 2)	Bal de Neige 2018 Expérience de la capitale 20 773 \$ Toronto Star, Metro Toronto, Ottawa Metro News, Ottawa Citizen, Le Droit, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 et CHIN (Note 3)	Bal de Neige 2018 25 377 \$ Facebook Twitter	0	0	Bal de Neige 2018 Expérience de la capitale Astral Media, Pattison, Cineplex, Street media advertising (Note 1) 30 442,26 \$
Avril 2017 à janvier 2018	150e anniversaire du Canada 516 939,44 \$	0	0	0	150e anniversaire du Canada 1 741 110,51 \$ Buzzfeed, Spotify, YouTube, Twitter, Facebook, Instagram	0	0	150e anniversaire du Canada 266 473,73 \$ Cinéma Cineplex (National)
Mai à septembre 2018	0	0	Service aux visiteurs Expérience de la capitale 10 330 \$	Service aux visiteurs Expérience de la capitale 991,91 \$ Ottawa Tourism	Service aux visiteurs 2017-2018 7 000 \$ Facebook Twitter	0	0	Service aux visiteurs Expérience de la capitale 7 161,96 \$ Tim Horton's TV, Affichage extérieur : Tours Morris
Février 2018	0	0	0	0	Jour du drapeau national 2018 4 966,10 \$ Instagram	0	0	0

<p>période pendant laquelle les annonces ont paru</p>	<p>(i) la télévision, en indiquant les stations</p>	<p>(ii) la radio, en indiquant les stations</p>	<p>(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications</p>	<p>(iv) plateformes digitales</p>	<p>(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)</p>	<p>(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement</p>	<p>(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement</p>	<p>(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public</p>
<p>Juin 2018</p>	<p>0</p>	<p>Fête du Canada 2018 Expérience de la capitale 16 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9 et HOT 89.9 (Note 2)</p>	<p>Fête du Canada 2018 Expérience de la capitale 14 500 \$ Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)</p>	<p>Fête du Canada 2018 Expérience de la capitale 15 771 \$ Kids in the Capital, Apt 613, Ottawa Start, Destination Famille, Faces Magazine, Le Droit, Ottawa Citizen, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Énergie 104.1, Rouge 94.9 et HOT 89.9 (Note 3)</p>	<p>Fête du Canada 2018 7 359 \$ Facebook Twitter Google</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>Fête du Canada 2018 Expérience de la capitale 14 904 \$ Imagi, Pattison, Postering Ottawa, Diffusart</p>
<p>Juillet à septembre 2018</p>	<p>0</p>	<p>Lumières du Nord 2018 Expérience de la capitale 10 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 (Note 2)</p>	<p>Lumières du Nord 2018 Expérience de la capitale 11 585 \$ Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, ON Summer Fun Guide, Ottawa Festivals, Hill Times, Where Magazine (Note 2)</p>	<p>Lumières du Nord 2018 Expérience de la capitale 1 479 \$ Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, ON Summer Fun Guide,, Ottawa Event Bloggers, Faces magazine, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 (Note 3)</p>	<p>Lumières du Nord 2018 6 000 \$ Facebook Twitter Google Youtube</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>Lumières du Nord 2018 Expérience de la capitale 27 510,19 \$ Ottawa Rickshaws, Postering Ottawa, Manulife Building Ottawa, Sidewalks installation, Cineplex, Rideau Centre, Tim's Horton TV</p>

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
27 juillet au 9 août 2018	0	0	0	0	Loi sur les langues autochtones 24,517.35 \$ Facebook; Twitter	0	0	0
Septembre 2018 à février 2019	0	0	Programmes Jeunesse 2018 Expérience de la capitale 8 695 \$ <i>Ontario College of Teachers, Attractions Ontario</i> (Note 2)	Programmes Jeunesse 2018 Expérience de la capitale 22 080.55 \$ <i>Native Touch, Ontario College of Teachers, L'École Branchée, AMEQ, ChatterHigh</i>	Programme Jeunesse 2018 1 159.45 \$ Facebook Instagram Twitter	0	0	0
Décembre 2018 à janvier 2019	0	Lumières de Noël au Canada 2018 Expérience de la capitale 3 000 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7	Lumières de Noël au Canada 2018 Expérience de la capitale The Hill Times (Note 1) 6 500 \$	Lumières de Noël au Canada 2018 Expérience de la capitale 3 450 \$ Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Ottawa Citizen, Kids in the Capital, Apt 613, Énergie 104.1, Rouge 94.9, JUMP 106.9, Boom 99.7 (Note 3)	Lumières du Nord 2018 2 300 \$ Facebook Twitter Instagram	0	0	Lumières de Noël au Canada 2018 Expérience de la capitale Cineplex, Zélé Productions, Neo-traffic (Note 1) 7 200 \$

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Janvier à février 2019	1 900 \$	Bal de Noël 2019 Expérience de la capitale 33 500 \$ Énergie 104.1, Rouge 94.9, HOT 89.9 et CHIN (Note 2)	Bal de Neige 2019 Expérience de la capitale 23 100 \$ Ottawa Citizen, Le Droit (Note 2)	Bal de Neige 2019 Expérience de la capitale 68 150 \$ APTN, Little Miss Ottawa, Apt 613, Faces Magazine, Ottawa Start, Kids in the Capital, Amy in 613, Destination Famille, Google, Youtube, Spotify, Native Touch, La Presse+, Énergie 104.1, Rouge 94.9, HOT 89.9, CHIN, Ottawa Citizen, Le Droit (Note 3)	Facebook Instagram Youtube Twitter 13 500 \$	0	0	Bal de Neige 2019 Expérience de la capitale 48 040 \$ Medias de rue, Cineplex, Astral media, Zélé Productions, Neo- traffic, Orkestra, CTM Explore : panneaux de signalisation
Avril 2018 à février 2019	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 4 872,50 \$ Guide touristique de l'Outaouais, Where Magazine	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 10 860,00 \$	0	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 6 226,71 \$ CTM présentoirs de brochures, Affichages extérieurs tours Morris
Novembre à décembre 2018	0	0	0	0	#Charte canadienne - Journée des Droits de l'Homme 8 569,26 \$ Twitter, Instagram	0	0	0
Août à septembre 2018	0	0	0	0	Experience McLarena 751,80 \$ Facebook, Instagram, Twitter	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Décembre 2018 à janvier 2019	0	0	0	0	Services aux visiteurs Recrutement 3 000 \$ Facebook, Instagram	0	0	0
Février 2019	0	0	0	0	Jour du drapeau national 2019 10 000 \$ Instagram	0	0	0
Juin 2019	0	0	0	0	Le sport au service du développement social dans les communautés autochtones - 49 900 \$ Facebook, Twitter	0	0	0
Juin 2019	0	0	0	0	Journée nationale des peuples autochtones 25 000 \$ Facebook, Instagram, Twitter, Google Display Network	0	0	0
Juin 2019	0	0	0	0	Journée canadienne du multiculturalisme 25 000 \$ Facebook, Instagram, Twitter, Google Display Network	0	0	0
Juin 2019	0	0	0	0	Promenade canal Rideau 5 000 \$ Facebook, Instagram, Twitter	0	0	0



période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Juin 2019	Fête du Canada 2019 Expérience de la capitale Radio-Canada 2 500 \$	Fête du Canada 2019 Expérience de la capitale 12 080 \$ Bell Media, RNC Media, Rogers (Note 2)	Fête du Canada 2019 Expérience de la capitale 9 539 \$ Le Droit, Ottawa Citizen (Note 2)	Fête du Canada 2019 Expérience de la capitale 16 890 \$ Destination Famille, Little Miss Ottawa, Amy in 613, Apt 613, YowCityStyle, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais, Faces Magazine, Narcity, Spotify, Le Droit, Ottawa Citizen. (Note 3)	Fête du Canada 2019 5 959\$ Facebook	0	0	Fête du Canada 2019 Expérience de la capitale 10 501 \$ Imagi, Postering Ottawa, Cineplex, Tim's TV
Juillet à septembre 2019	Lumières du Nord 2019 -Expérience de la capitale 5 000 \$ Radio-Canada, TVA (RNC media)	Lumières du Nord 2019 -Expérience de la capitale 9 500 \$ Corus, Bell Media, RNC	0	Lumières du Nord 2019 -Expérience de la capitale 3 000 \$ Hill Times, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais	Lumières du Nord 2019 3 000\$ Facebook Twitter	0	0	Lumières du Nord 2019 - Expérience de la capitale 34 186,04 \$ Astral, Imagi, Rickshaws Studios, Postering Ottawa, Optima, Tim's TV, St-Joseph Media
Mai à septembre 2019	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 2 415 \$ Where Magazine	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 7 730 \$ Facebook, Instagram, Twitter, Google Ads, Native Touch, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais	5 460 \$ Facebook Twitter Instagram Google	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale 8 150 \$ CTM brochure racks, Mall digital displays, Ottawa International Airport digital displays

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Septembre 2019 à février 2020	0	0	Programmes Jeunesse 2019 Expérience de la capitale 6 320 \$ Professionally Speaking, Are there yet? Pour parler profession, Traces	Programmes Jeunesse 2019 Expérience de la capitale 9 335 \$ Ontario College of Teachers, AMEQ	Programme Jeunesse 10 000 \$ Facebook Twitter	0	0	Programmes Jeunesse 2018 Expérience de la capitale 5 000 \$ Native Touch
Décembre 2019 à janvier 2020	0	Lumières de Noël au Canada 2019-2020 Expérience de la capitale 3 000 \$ Bell Media, Corus	Lumières de Noël au Canada 2019-2020 Expérience de la capitale 1 000 \$ Ottawa Citizen	Lumières de Noël au Canada 2019-2020 Expérience de la capitale 7 237.02 \$ Le Droit, Postmedia, Hill Times, Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Kids in the Capital, Apt613	5 738.98 \$ Facebook Twitter Instagram Google	0	0	Lumières de Noël au Canada 2019-2020 Expérience de la capitale Cineplex, Native Touch 3 486 \$
Décembre 2019 à janvier 2020	0	0	0	0	Services aux visiteurs de la Région de la Capitale nationale - Recrutement 1 150 \$ Facebook, Instagram	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Janvier et février 2020	Bal de Neige 2020 Expérience de la capitale 10 000 \$ CBC, Radio-Canada	Bal de Neige 2020 Expérience de la capitale 21 500 \$ Énergie, Rouge FM, WOW FM, CHIN, Rogers (Note 2)	Bal de Neige 2020 Expérience de la capitale 26 650 \$ Le Droit, Ottawa Citizen, Fugues, re:porter magazine (Note 2)	Bal de Neige 2020 Expérience de la capitale 67 312 \$ Le Droit, Ottawa Citizen, Fugues, APTN, Énergie, Rouge FM, WOW FM, CHIN, Rogers, Apt 613, Amy in 613, Little Miss Ottawa, Narcity, Le Pressoir, Destination Famille, Faces Magazine, YOW City Style, La Presse+, Radio-Canada, CBC, Ottawa Tourism, Tourisme Outaouais (Note 3)	Bal de Neige 2020 22 000 \$ Facebook Twitter Google	0	0	Bal de Neige 2020 Expérience de la capitale 26 153 \$ Postering Ottawa, Native Touch, Cineplex, Astral Media, Neo-traffic
23 janvier au 24 février 2020	0	0	0	Demande de qualification (DQ) Monument Afghanistan - Promouvoir la DQ pour le Monument Afghanistan 745 \$ Akimbo, Vie des Arts	Demande de qualification (DQ) Monument Afghanistan - Promouvoir la DQ pour le Monument Afghanistan 3 190.47 \$ Twitter, LinkedIn, Google	0	0	0
10 au 15 février 2020	0	0	0	0	Jour du drapeau national du Canada - Promouvoir le 15 février le Jour du drapeau national du Canada 10 000 \$ Instagram	0	0	0

<p>période pendant laquelle les annonces ont paru</p>	<p>(i) la télévision, en indiquant les stations</p>	<p>(ii) la radio, en indiquant les stations</p>	<p>(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications</p>	<p>(iv) plateformes digitales</p>	<p>(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)</p>	<p>(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement</p>	<p>(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement</p>	<p>(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public</p>
<p>19 février au 25 mars 2020</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>Commémorer des pensionnats indiens (financement) - Promouvoir le financement disponible pour permettre aux communautés et aux organismes de reconnaître et de commémorer l'histoire et les séquelles des pensionnats. 21 722.89 \$ Facebook, Twitter</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>
<p>Fête du Canada 2020 Juin et Juillet 2020</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>Fête du Canada 2020 Expérience de la capitale Publicités numériques 149 865,48 \$ CBC Radio Canada, Rogers, Bell, Corus, Postmedia, Narcity, Spotify, Tourisme Outouais, Apt 613, FACES Magazine, YOWCityStyle, Little Miss Ottawa</p>	<p>Fête du Canada 2020 109 715,62 \$ Facebook Twitter Instagram Google Youtube</p>	<p>0</p>	<p>0</p>	<p>0</p>

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Son et Lumières 2020 Juillet et août 2020	0	0	0	Lumières du Nord 2020 Publicités numériques 65 475 \$	Lumières du Nord 2020 Médias sociaux 43 854.36 \$ Facebook Instagram Twitter Google / Youtube	0	0	0
30 septembre au 19 décembre 2020	0	0	0	Appel d'offres des Affaires mondiales Canada d'une Oeuvre d'art commémorative - Promouvoir des Affaires mondiales Canada d'une Oeuvre d'art commémorative 1 340 \$ Akimbo, A+Dwive	Appel d'offres des Affaires mondiales Canada d'une Oeuvre d'art commémorative - Promouvoir des Affaires mondiales Canada d'une Oeuvre d'art commémorative 2 160\$ Twitter, LinkedIn, Google	0	0	0
7 au 16 octobre 2020	0	0	0	0	Sport pour le développement social dans les communautés autochtones (financement) - Promouvoir le financement disponible 49 862.06 \$ Facebook, Twitter	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
19 octobre 2020 au 5 janvier 2021	0	0	0	Appel d'offre pour le Monument national LGBTQ2+ - Promouvoir Appel d'offre pour le Monument national LGBTQ2+ 7 898.50 \$ Akimbo, Vie des Arts, Canadian Architect, Royal Architectural Institute of Canada, Fugues, Xtra, Archinect, ArchDaily	Appel d'offre pour le Monument national LGBTQ2+ - Promouvoir Appel d'offre pour le Monument national LGBTQ2+ 5 000 \$ Twitter, LinkedIn, Google	0	0	0
21 Decembre 2020 au 21 Fevrier, 2021	0	0	0	Appel d'offre pour le Sondage LGBTQ2 - Promouvoir le sondage LGBTQ2 pour le plan d'action LGBTQ2 Canadian 3 100 \$ Fugues, Xtra	Promouvoir le sondage LGBTQ2 pour le plan d'action LGBTQ2 Canadian 20 302.87 \$ Facebook, Instagram, Twitter, Google	0	0	0
February 5, 2021 to February 15, 2021	0	0	0	0	Jour du Drapeau Canadien - Promouvoir le Jour du Drapeau Canadien 27 184.53 \$ Facebook, Instagram, Twitter	0	0	0

période pendant laquelle les annonces ont paru	(i) la télévision, en indiquant les stations	(ii) la radio, en indiquant les stations	(iii) les imprimés, c'est-à-dire les journaux et magazines, en indiquant le nom des publications	(iv) plateformes digitales	(v) Médias sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google, YouTube)	(v) les panneaux d'affichage, en indiquant leur emplacement	(vi) les abribus, en indiquant leur emplacement	(vii) la publicité dans tous les autres endroits accessibles au public
Lumières du Noël au Canada 2020 Novembre et décembre 2020	0	30 sec. Radio Campaign FR & ENG 3 000 \$	Lumières de Noël au Canada 2020 10 979.53 \$ Le Droit, Ottawa Citizen & Ottawa Sun, Hill Times, Tourisme Outaouais, Ottawa Tourism, Capital information Kiosk, Cineplex	Lumières de Noël au Canada 2020 2 485.50 \$ Facebook, Twitter, Kids in the Capital, Apt 613, Google	Lumières de Noël au Canada 2020 4 547,48 \$ Facebook, Twitter	0	0	0
Bal de Neige 2021 Du 5 au 25 février 2021	15 000\$ CBC / Radio-Canada (RDI, NewsNetwork, CBC)	68 660\$ CBC / Radio-Canada, Belle Media EN et FR (Move 100.3, Énergie 104,1 et Rouge 94,9), Stingray (Live 88,5), Rogers (Kiss 105.3), RNC Media (WOW 97,1), Spotify	0	94 500 \$ (La Presse, Le Droit, Narcity, Ottawa Citizen, National Post, Post Media, Tourisme Outaouais)	143 143\$ Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Google Ad Words, Google Display	0	0	0

Note 1 - Les montants dépensés dans cette année fiscale incluent seulement les dépenses de 2015 (1 janvier au 31 mars 2015) - Voir le tableau sommaire pour les totaux annuels.

Note 2 - Ces montants font partie d'une entente négociée et ils incluent des placements de médias sociaux et/ou d'Internet.

Note 3 - Ces montant n'incluent pas les montants de ii et/ou de iii.

<b>ANNÉE FISCALE</b>	<b>DÉPENSES DE PUBLICITÉS MÉDIA TRADITIONNEL</b>	<b>DÉPENSES DE PUBLICITÉS LES GRANDS DU WEB (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google et YouTube)</b>
2014-2015 (Note 1)	\$124,915.00	\$97,513.00
2015-2016	\$362,176.53	\$39,441.00
2016-2017	\$2,930,935.47	\$83,674.13
2017-2018	\$1,079,066.53	\$2,049,858.72
2018-2019	\$376,997.82	\$41,070.25
2019-2020	\$459,094.54	\$234,450.81
2020-2021	\$422,304.01	\$405,769.92
<b>TOTAL</b>	<b>\$5,755,489.90</b>	<b>\$2,951,777.83</b>

Note 1 - Les montants dépensés dans cette année fiscale incluent seulement les dépenses de 2015 (1 janvier au 31 mars 2015).