

QUESTIONS ET RÉPONSES

DEMANDE DE PROPOSITION (DP)

Numéro de référence : 1000152168

TITRE DU PROJET : ***Break it Off / Je te laisse* Campagne de marketing de sensibilisation à la cessation du tabac – Programme d'événements de marketing expérientiel**

Question 5

Est-ce qu'il incombera aux consultants de recommander l'emplacement des événements, p.ex. places publiques, à l'intérieur ou à l'extérieur, ou est-ce que ces emplacements seront prescrits par SC? Veuillez indiquer les emplacements déjà choisis.

Réponse 5

Oui, le consultant devra recommander l'emplacement des événements.

Question 6

Dans des endroits comme Toronto ou Vancouver, est-ce que le consultant peut combiner de nombreux événements en un événement de plus grande envergure?

Réponse 6

Oui, tant que les critères soulignés dans la DP sont remplis.

Question 7

Quand SC partagera-t-il toutes les questions? La liste sera-t-elle envoyée par courriel à tous les candidats?

Réponse 7

Toutes les questions et réponses sont affichées dans les avis publiés sur Achatsetventes.gc.ca. Certaines sont déjà affichées et d'autres le seront. Il s'agit d'un processus ouvert d'invitation à soumissionner. En conséquence, les questions et réponses ne sont pas envoyées qu'à certains candidats seulement.

Question 8

Le consultant peut-il utiliser les médias de masse au lieu de brochures ou de documents à distribuer pour diffuser les messages clés, etc.?

Réponse 8

Les méthodes de promotion des événements sont laissées à la discrétion et à la gestion du consultant et doivent être élaborées en vue d'appuyer les niveaux de participation visés aux événements et au programme de participation alternatif.

Question 9

Quelle portion de breakitoff.ca le consultant devra-t-il gérer dans le cadre des événements?

Réponse 9

Le consultant ne sera responsable d'aucune portion du site Web breakitoff.ca.

Question 10

Est-ce que les médias sociaux, les relations avec les médias seront gérés directement par le consultant, ou est-ce que le consultant travaille avec une agence de coordination?

Réponse 10

Toute activité de sensibilisation proposée sera directement coordonnée et gérée par le consultant.

Question 11

Qui gère vos propriétés en ligne (p.ex. Facebook/Twitter) et peut-on y avoir accès pour ajouter du contenu/des messages? Quel est le processus?

Réponse 11

Les futurs comptes Facebook/Twitter seront gérés par une tierce partie. Le consultant n'aura pas un accès direct aux propriétés en ligne. Cependant, tout message/matériel utilisé pour appuyer les événements pourrait être fourni à la tierce partie pour qu'elle les affiche sur Facebook/Twitter. Il faut garder en tête les exigences énoncées dans la DP.

Question 12

Pouvez-vous préciser la façon dont vous définissez et quantifiez 'engagement'? Par exemple, qu'est-ce qui serait considéré comme une activité représentant un engagement en vue de satisfaire l'objectif de 50 000 participants?

Réponse 12

Dans ce contexte, un engagement à l'égard des événements peut être défini comme une conversation sociale directe et positive avec de jeunes adultes : un exemple d'engagement en ligne pourrait être une visite sur le site Web.

Question 13

Une agence de RP a-t-elle appuyé l'initiative *Break it Off* l'an passé?

Réponse 13

Il n'y a pas eu d'agence de RP. Cependant, lorsque la Société canadienne du cancer a lancé la campagne l'an dernier (avant notre partenariat), elle avait engagé une agence de publicité/marketing.

Question 14

Pouvez-vous nous indiquer des pratiques exemplaires ou vos préférences quant aux types d'événements?

Réponse 14

Nous sommes ouverts aux suggestions pour les types d'événements à condition que les événements/approches proposés rejoignent les jeunes adultes fumeurs âgés de 20 à 24 ans, respectent les autres exigences soulignées dans la DP, et tiennent compte des diverses politiques définies dans la DP.

Question 15

En ce qui concerne la section 2.1.1 vi. Élaborer, à titre complémentaire, un programme, un concours ou d'autres façons innovatrices d'intégrer le contenu qui utilisent de multiples moyens de communication pour rejoindre les jeunes adultes fumeurs âgés de 20 à 24 ans, tout en étant

lié aux événements, afin d'établir et de soutenir la sensibilisation à la campagne *Je te laisse*.
Question : Est-ce que cela signifie que les vidéos produites par les utilisateurs seront remplacées par cette nouvelle idée ou qu'elles seront affichées sur le site Web au même moment?

Réponse 15

Les deux options sont possibles.

Question 16

Quel est le principal message de communication de la campagne (message sur le terrain)? Par exemple, allez à *Je te laisse* en ligne pour savoir comment éteindre? Autre?

Réponse 16 : Comme l'indique la section 2.1.1 a) Les événements ont pour objectif de fournir des occasions d'amener les jeunes adultes fumeurs âgés de 20 à 24 ans à discuter d'arrêter de fumer et à demeurer non-fumeurs en établissant le contact avec eux de manière sérieuse, mais également amusante et intéressante.

Le site Web Jetelaisse.ca et l'application mobile sont des ressources précieuses de la campagne dont il faudrait profiter dans la mesure du possible.

Question 17

Pourriez-vous nous indiquer quels sont vos modes de paiement pour cette campagne?

Réponse 17 : Un paiement progressif pour les services rendus sera fait, chaque mois selon un régime de paye en arriéré, après que vous aurez livré et que nous aurons accepté les produits livrables mentionnés ci-après sous réserve de l'approbation des représentants du Ministère, suivant la réception des factures détaillées.

Question 18

Le budget mentionné 665K\$ (année 1) et 660K\$ (périodes optionnelles années 2 et 3) doit bel et bien inclure les taxes? Si oui, lesquelles exactement?

Réponse 18

Comme l'indique la section 1.3, la valeur totale de tout contrat découlant de cette DP ne doit pas dépasser 665 000 dollars pour la période du contrat et un maximum de 660 000 dollars pour chacune des deux (2) périodes d'option, **y compris** les frais de déplacements et de subsistance (s'il y a lieu), tout autre frais et **toutes les taxes applicables**.

Question 19

Quelle agence tiendra la maintenance du site de la campagne <http://www.breakitoff.ca> pendant la période du mandat et sera-t-il entièrement traduit en français pour le Québec ?

Réponse 19

Le site Web est géré par une tierce partie et est en cours de traduction avant le relancement de la campagne cet automne. L'adresse URL du site en français sera www.jetelaisse.com.

Question 20

Dans notre proposition à déposer, nous aimerions inclure une vidéo explicative pour illustrer notre concept. Êtes-vous à l'aise avec l'utilisation d'un lien youtube sur lequel se retrouvera la vidéo en question?

Réponse 20 : Non. Conformément à la section 7.1.1, partie II (exigences relatives à la proposition) de la DP, vous devez soumettre une lettre d'accompagnement, une copie électronique de la proposition technique et une copie électronique de la proposition de coût ou de prix. Assurez-vous que toutes les exigences définies dans la DP se trouvent dans votre proposition.