



Commission canadienne
du tourisme

Canadian Tourism
Commission

Demande de propositions

Nom du concours :	Services de veille et de mesure des médias
Numéro de concours :	CCT-2013-KH-02
Date et heure de clôture :	Le 18 octobre 2013, 14 h, heure du Pacifique (HP)
Autorité contractante :	Kathleen Hayden 604-638-6152 procurement@ctc-cct.ca

Remarque : Le présent document ne peut être reproduit ni distribué sans l'approbation expresse préalable du Service de l'approvisionnement de la Commission canadienne du tourisme, excepté lorsque son utilisation par un soumissionnaire répondant directement à cette demande de propositions est autorisée.

SECTION A – INTRODUCTION

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est l'organisme national de marketing touristique du Canada. À titre de société d'État fédérale, la CCT dirige, en collaboration avec l'industrie canadienne du tourisme, la promotion du Canada en tant que destination touristique quatre saisons de choix. La CCT contribue à l'économie canadienne grâce aux recettes provenant des touristes étrangers.

En partenariat et de concert avec le secteur privé et les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires, la CCT collabore avec le secteur du tourisme pour préserver son avantage concurrentiel et repositionner le Canada en tant que destination où les voyageurs peuvent créer leurs propres expériences extraordinaires.

La stratégie de la CCT met l'accent sur les marchés étrangers où la marque touristique du Canada est à l'avant-scène et qui fournissent le meilleur rendement du capital investi. La CCT mène des activités dans onze marchés cibles : les marchés nouveaux et émergents du Brésil, de la Chine, de la Corée du Sud, de l'Inde, du Japon et du Mexique, ainsi que les marchés principaux de l'Allemagne, de l'Australie, des États-Unis, de la France et du Royaume-Uni. La CCT dirige les activités de marketing et de recherche à partir de son siège social à Vancouver, en Colombie-Britannique, et elle les exécute par l'intermédiaire de ses bureaux et représentants dans tous les marchés internationaux indiqués ci-dessus.

Pour en savoir plus, veuillez visiter : <http://corporate.canada.travel/>.

A1. Objet et intention

La présente demande de propositions (la « DDP ») a pour objet de solliciter des propositions de la part de soumissionnaires qui sont en mesure d'offrir des services de veille et de mesure des médias.

Les services sont requis pour un maximum de 24 emplacements ou entités distincts qui comprennent la CCT (le siège social de la CCT et 10 bureaux internationaux de la CCT), ainsi que 13 organismes provinciaux et territoriaux de marketing touristique (OMP), ci-après appelés « partenaires ». À l'heure actuelle, certains des bureaux internationaux de la CCT ont des contrats en vigueur pour ces services. On prévoit qu'à mesure que les contrats actuels expireront, les bureaux internationaux de la CCT pourront choisir d'obtenir ces services auprès du soumissionnaire retenu à la suite de la présente DDP. La CCT a l'intention de sélectionner un soumissionnaire qui peut le mieux servir les intérêts de tous les partenaires. Voir l'Énoncé de travail (Section C) pour connaître les exigences détaillées.

La présente DDP est émise strictement en vue d'obtenir des propositions. Ni l'émission de la présente DDP, ni la soumission d'une proposition ne doivent être comprises comme une obligation pour la CCT de conclure un accord. La présente DDP vise à établir une liste de fournisseurs qui sont en mesure de satisfaire aux exigences de la CCT et avec qui un accord final peut être négocié.

A2. Durée du contrat

Le contrat sera d'une durée de deux (2) ans avec option de reconduction annuelle, laissée à l'entière discrétion de la CCT, pour un mandat total n'excédant pas le contrat initial par plus de deux (2) ans.

À la discrétion de la CCT, des contrats et des ententes de facturation individuels avec chaque partenaire ou un contrat maître pour tous les partenaires peuvent être préparés et signés avec le soumissionnaire retenu (« entrepreneur »). Peu importe le type de contrat, l'entrepreneur devra

envoyer une facture à chaque partenaire séparément et directement. Toute question sera réglée directement entre l'entrepreneur et le partenaire en question.

La CCT n'accorde pas d'exclusivité et elle n'offre aucune garantie quant aux affaires et à la valeur ou au volume de travail qui peut être attribué à l'entrepreneur.

SECTION B – CRITÈRES D'ÉVALUATION DE LA DDP ET DIRECTIVES

B.1 Évaluation selon les critères impératifs

Pour être évaluées, les propositions doivent répondre aux critères impératifs mis en évidence par l'utilisation du verbe « devoir », comme indiqué dans la section D et ailleurs dans la DDP. Les propositions ne répondant pas aux critères impératifs seront automatiquement rejetées.

B.2 Évaluation selon les critères recherchés

Les propositions répondant aux critères impératifs seront évaluées et notées selon les critères recherchés définis plus loin. Le comité d'évaluation sera possiblement formé d'employés et de consultants de la CCT liés par un accord de confidentialité en ce qui a trait au processus de DDP. Ce comité sera responsable d'examiner et d'évaluer les propositions pour formuler une recommandation à la haute direction de la CCT quant à l'attribution du contrat.

Toute décision sur la mesure dans laquelle les différentes soumissions et présentations/démonstrations (le cas échéant) respectent les critères établis et sur le pointage attribué lors de l'évaluation est à l'entière discrétion de la CCT.

B.2.1 Questionnaire sur les critères recherchés (section E) 50%

Les propositions seront évaluées selon les critères recherchés, comme indiqué ci-dessus. Les soumissionnaires qui obtiennent un pointage de 30 % (60 % de 50 %) ou plus (le « seuil ») passeront à la prochaine étape d'évaluation, qui se rapporte, sans s'y limiter, au pointage en matière de tarification proposée, les présentations/démonstrations.

B.2.2 Prix proposés (Section F) 40 %

Après l'évaluation des prix proposés, la CCT peut limiter davantage l'évaluation à un nombre restreint de soumissionnaires ayant obtenu la cote la plus élevée jusqu'à concurrence des trois soumissionnaires les mieux cotés (la « liste restreinte »). Seuls les soumissionnaires figurant à la liste restreinte seront évalués davantage en fonction de présentations ou de démonstrations.

B.2.3 Présentations ou démonstrations (Section G) 10 %

TOTAL 100 %

B.2.4 Négociations

La CCT compte mener des négociations avec le ou les soumissionnaires obtenant les meilleurs résultats, conformément aux clauses de la section H.10 sur l'attribution du contrat.

B.3 Directives pour la soumission, les intentions et les questions relatives à la proposition

B.3.1 Soumissions

Les soumissionnaires doivent envoyer leur proposition complète par courriel à l'autorité contractante d'ici la date et l'heure limites (l'« heure limite ») : **le 18 octobre 2013, à 14 h HP.**

Toute soumission reçue après l'heure limite sera jugée non conforme et ne fera l'objet d'aucun examen par la CCT. Le soumissionnaire assume l'entière responsabilité de la livraison de son offre de service dans les délais prescrits.

Les propositions doivent être soumises en format PDF et acheminées à l'autorité contractante selon la procédure définie à l'annexe 1 (Procédure de soumission). L'horodateur du système de messagerie électronique de la CCT donnera l'heure de référence pour la réception des soumissions et servira à désigner les soumissions reçues à l'heure limite ou avant celle-ci.

B.3.2 Intentions

Les soumissionnaires doivent annoncer leur intention de soumettre une proposition (l'« intention de soumettre une proposition ») en envoyant un courriel à l'autorité contractante d'ici le 11 octobre 2013 à 14 h.

B.3.3 Questions

Les soumissionnaires peuvent poser des questions par courriel en écrivant à l'autorité contractante d'ici le 11 octobre 2013 à 14 h. Les questions reçues après cette heure pourraient ne pas être traitées.

Si la CCT estime, à son entière discrétion, que la réponse à une question est de l'intérêt de tous les soumissionnaires, elle fournira un résumé anonyme des questions et réponses à tous les soumissionnaires. Le nom de l'auteur des questions sera tenu confidentiel.

Si un soumissionnaire estime qu'en divulguant une de ses questions et la réponse, la CCT risque de dévoiler un aspect confidentiel de sa soumission, il peut accompagner cette question d'une note expliquant pourquoi il souhaite l'exclure des questions et réponses anonymes affichées. Si la CCT acquiesce à cette demande, la réponse à la question restera confidentielle et ne sera pas affichée. Si la CCT refuse d'acquiescer à cette demande, elle demandera au soumissionnaire de reformuler sa question ou, si cela s'avère impossible, de la retirer.

Tous les courriels en lien avec les soumissions, les intentions et les questions doivent avoir pour objet la référence « DDP CCT-2013-KH-02 Services de veille et de mesure des médias – CONFIDENTIEL ». Ils doivent aussi inclure :

- le nom de l'entreprise;
- le nom et le titre de la personne-ressource;
- le numéro de téléphone, de téléphone cellulaire et de télécopieur ainsi que le courriel de la personne-ressource;
- la ou les sections correspondantes de la DDP, s'il y a lieu.

B.4 Formulaire de réponse, format et portée de la DDP

B.4.1 Formulaire de réponse de la DDP

Les soumissionnaires doivent remplir et inclure les sections ci-après dans leur proposition:

- Section D – Critères impératifs
- SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES RECHERCHÉS
- Section F – Proposition de tarification (fichier séparé)

B.4.2 Format et portée de la DDP

La présente DDP établit les exigences, les critères recherchés et les considérations supplémentaires de la CCT. Dans leur proposition, les soumissionnaires ont avantage à présenter une description directe et détaillée de leur capacité à répondre aux exigences énoncées dans cette DDP, en mettant l'accent sur l'exhaustivité et la clarté du contenu et en assurant la correspondance avec les numéros de section indiqués. Les propositions ne répondant pas clairement aux exigences et/ou ne faisant pas référence aux numéros de section applicables pourraient ne pas être évaluées.

Veillez ne pas utiliser d'hyperliens ou de liens vers des médias sociaux (p. ex. LinkedIn), car la CCT ne les examinera pas systématiquement dans le cadre du processus. Ainsi, toute information soumise à l'évaluation doit être comprise dans votre proposition écrite.

Seul le matériel fourni en réponse à la DDP ou toute présentation/démonstration (le cas échéant) sera examiné et évalué. L'information, les propositions et les présentations déjà fournies à la CCT ou toute autre référence à du matériel, de l'information ou des présentations ne figurant pas dans votre proposition actuelle ne seront pas évaluées. Le soumissionnaire ne doit présumer d'aucune façon que la CCT connaît déjà ses compétences, en dehors des renseignements fournis aux termes de la présente DDP.

SECTION C – ÉNONCÉ DE TRAVAIL

C.1 Vue d'ensemble

Les services requis englobent deux secteurs comme suit :

1) Veille des médias

Fournir des services de veille des médias à un maximum de 24 partenaires, lesquels comprennent le siège social de la CCT (services des communications générales, des professionnels des voyages et des relations avec les médias), 10 bureaux internationaux de la CCT et 13 organismes provinciaux et territoriaux de marketing touristique (OMP). Voir l'annexe 6 pour une liste de tous les emplacements des partenaires.

On s'attend à ce que l'entrepreneur assure la veille de la couverture accordée à des destinations déterminées et des mots-clés dans des reportages pour les professionnels des voyages, ou sur les voyages et l'art de vivre dans les publications et médias canadiens, américains et des marchés étrangers ciblés et énumérés dans la section A – Introduction. L'entrepreneur devra également surveiller le contenu et les renseignements liés aux affaires organisationnelles de la CCT figurant dans la presse écrite nationale et régionale, les médias à l'intention des professionnels des voyages en ligne, les médias de diffusion et autres médias de nouvelles en ligne.

2) Mesure

La CCT et ses partenaires exigeront de l'entrepreneur qu'il collabore avec la CCT afin de fournir des conseils ou des suggestions sur l'établissement de nouvelles mesures de rendement qui sont conformes au cadre de mesure de la CCT (15 heures).

L'entrepreneur aura la capacité de produire des rapports sur la mesure et les données de référence de la médiatisation méritée. La médiatisation méritée comprend la couverture provenant des activités suivantes : relations avec les médias, médias à l'intention des professionnels des voyages, relations publiques et médias sociaux par média en ligne. Les critères de mesure évolueront pendant la durée du contrat et l'entrepreneur doit être en mesure de s'adapter aux changements dans les exigences de mesure.

Selon chacune des exigences individuelles, chaque partenaire peut avoir besoin d'une combinaison différente de services de mesure, lesquels peuvent évoluer pendant la durée du contrat. Cela peut inclure les rapports traditionnels sur les équivalences en valeur publicitaire (EVP) ou d'autres données de référence sur le rendement.

C.2 Portée des travaux

La portée des travaux se divise en trois catégories principales, et chaque catégorie décrit les éléments livrables du projet, comme suit :

1) **Veille des médias du Canada et des États-Unis pour le siège social de la CCT et les OMP (nouvelles sur les voyages des consommateurs et nouvelles sur l'organisation)**

L'entrepreneur doit, avec succès, élaborer et mettre en œuvre des services de veille des médias et de mesure conformément aux éléments livrables suivants :

Services de veille des médias

- a) Fournir une veille quotidienne des médias (avec des liens à des articles de nouvelles complets) des quotidiens nationaux et régionaux d'expression française et anglaise, des revues axées sur les affaires, des médias des actualités en ligne, des diffuseurs (télévision et radio), des médias en ligne à l'intention des professionnels des voyages, des revues de marketing en ligne et des

publications de voyage et de loisirs situées au Canada et aux États-Unis. Ces sources médiatiques seront les mêmes pour tous les partenaires. Les rapports doivent pouvoir être lus sur tous les modes de communication des utilisateurs (Android, BlackBerry, bureau, etc.).

- b) La veille des médias quotidienne doit aussi comprendre la souplesse d'ajouter un petit nombre (jusqu'à concurrence de 150) de sources médiatiques supplémentaires, tel qu'on les définit à la section C.2.1.a) ci-dessus, lesquelles seront précisées par chaque partenaire et seront propres à chacun.
- c) Répondre aux demandes de veilles supplémentaires en cas d'événements spéciaux, de projets uniques ou pour une période de temps précise, au besoin.
- d) Inclure la veille quotidienne des médias nationaux pour les nouvelles et les questions touchant la CCT, les destinations de voyage canadiennes, les médias à l'intention des professionnels des voyages et les nouvelles sur les voyages et les loisirs sur 200 canaux sociaux au Canada et aux États-Unis. Les partenaires doivent s'entendre collectivement sur les 200 médias et ces derniers s'appliquent à tous les partenaires.
- e) Inclure la veille des médias nationaux quotidiennement pour les nouvelles et les questions touchant la CCT, les destinations de voyage canadiennes, les médias à l'intention des professionnels des voyages et les nouvelles sur les voyages et les loisirs sur 100 canaux sociaux au Canada et aux États-Unis. Les 100 médias sont propres à chaque partenaire, et chacun en dressera sa liste individuelle.
- f) Fournir une veille en fonction d'une liste de mots-clés préétablis par chaque partenaire;
 - Les listes compteront approximativement de 50 mots à 200 mots ou plus, selon les besoins particuliers des partenaires;
 - Seuls les résultats liés au voyage et au tourisme devraient être fournis aux partenaires;
 - Des mots-clés seront ajoutés de temps à autre pour répondre au besoin de couverture, entre autres, des enjeux qui surviennent, des nouvelles campagnes, des projets spéciaux. D'autres mots-clés peuvent être supprimés.
- g) Permettre aux partenaires de transférer la couverture aux principaux intervenants du tourisme mentionnés dans l'article ou le contenu diffusé.
- h) Fournir sur-le-champ, par voie électronique, les articles de texte intégral et les segments diffusés commandés.
- i) Être en mesure de demander soit une transcription, soit les clips radiophoniques ou télévisés entiers à un coût supplémentaire.
- j) Tenir régulièrement des discussions opérationnelles afin d'adapter la veille lorsque cela est nécessaire

Services de mesure

- k) Fournir un accès « libre-service » illimité aux rapports d'évaluation détaillés au moyen d'un tableau de bord en ligne facile à gérer et à utiliser (processus automatisé).
- l) Fournir des rapports détaillés fondés sur les équivalences en valeur publicitaire (EVP). Ces rapports peuvent être automatisés (accès illimité aux rapports au moyen du tableau de bord) ou compilés manuellement en fonction des besoins du partenaire.
- m) Fournir des rapports détaillés afin d'évaluer les efforts des relations avec les médias, des médias à l'intention des professionnels des voyages, des relations publiques et des médias sociaux selon les exigences de mesure ou d'analyse comparative qui évolueront au cours du contrat. Voir les renseignements sur les rapports de mesure à l'annexe 7. Seront compilés chaque année jusqu'à concurrence de 30 rapports par partenaire, notamment :
 - un maximum de 12 rapports en fonction de l'activité mensuelle;
 - un maximum de 10 rapports sur des activités propres à un projet ou à une campagne par année;
 - un maximum de quatre rapports trimestriels;
 - un maximum d'un rapport semestriel;
 - un maximum d'un rapport annuel;
 - une option de rapports supplémentaires (p. ex. analyse de la concurrence).

2) Siège social de la CCT et OMP : veille mondiale

Le siège social de la CCT et les OMP ont besoin de services de veille mondiale et d'évaluation. L'entrepreneur doit, avec succès, élaborer et mettre en œuvre des services de veille des médias et de mesure conformément aux éléments livrables suivants :

Services de veille des médias

- a) Fournir une veille quotidienne des médias sur les destinations de voyage canadiennes, les médias à l'intention des professionnels des voyages et les nouvelles ou articles sur les affaires organisationnelles (p. ex. les nouvelles sur Événements d'affaires Canada, les nouvelles dans les médias à l'intention des professionnels des voyages au sujet de recherches sur les marchés ou des programmes de la CCT, etc.). Cette veille s'effectuera sur 200 à 400 versions en ligne de publications préétablies de 10 à 15 pays (à l'extérieur du Canada et des États-Unis) qui seront déterminées par chaque partenaire.
- b) Fournir une veille en fonction d'une liste de mots-clés préétablis par chaque partenaire :
 - La liste comptera de 50 à 75 mots-clés, de 100 à 150 mots-clés ou de 150 à 200 mots-clés, selon les besoins particuliers de chaque partenaire;
 - Seuls des résultats liés au voyage et au tourisme devraient être fournis aux partenaires.
- c) Permettre aux entités de transférer la couverture aux principaux intervenants du tourisme mentionnés dans l'article ou dans le contenu diffusé.
- d) Option : Services de traduction pour la couverture médiatique qui n'est pas d'expression anglaise.
- e) Fournir sur-le-champ, par voie électronique, les articles de texte intégral et les segments diffusés commandés.
- f) Être en mesure de demander soit une transcription, soit les clips radiophoniques ou télévisés entiers à un coût supplémentaire.
- g) Tenir régulièrement des discussions opérationnelles afin d'adapter lorsque cela est nécessaire (p. ex. veille d'une question dans les médias sociaux, suivre le lancement d'un projet particulier, une crise, etc.).

Services de mesure

- h) Fournir un accès « libre-service » illimité aux rapports d'évaluation détaillés au moyen d'un tableau de bord en ligne facile à gérer et à utiliser (processus automatisé).
- i) Fournir des rapports détaillés fondés sur les EVP. Ces rapports peuvent être automatisés (accès illimité aux rapports au moyen du tableau de bord) ou compilés manuellement en fonction des besoins du partenaire.
- j) Fournir des rapports détaillés afin d'évaluer les efforts des relations avec les médias, des médias à l'intention des professionnels des voyages, des relations publiques et des médias sociaux selon les exigences de mesure ou d'analyse comparative qui évolueront au cours du contrat.
- k) Voir les renseignements sur les rapports de mesure à l'annexe 7. Seront compilés chaque année jusqu'à concurrence de 30 rapports par partenaire, notamment :
 - un maximum de 12 rapports fondés sur l'activité mensuelle;
 - un maximum de 10 rapports sur des activités propres à un projet ou à une campagne par année;
 - un maximum de quatre rapports trimestriels;
 - un maximum d'un rapport semestriel;
 - un maximum d'un rapport annuel;
 - une option de rapports supplémentaires (p. ex. analyse de la concurrence).

- l) Être en mesure de puiser dans un tableau de bord donnant un aperçu mondial.

3) Bureaux internationaux de la CCT : veille mondiale

La CCT mène des activités au Royaume-Uni, en Allemagne, en France, en Australie, en Chine, au Japon, en Corée du Sud, en Inde, au Mexique et au Brésil. À l'heure actuelle, le siège social de la CCT et les bureaux internationaux gèrent la veille et la mesure des médias de façon indépendante. Dans le cadre d'une planification à long terme, il est possible que les marchés internationaux choisissent d'obtenir ces services auprès du soumissionnaire retenu dans le cadre de la présente DDP à tout moment pendant la durée du contrat.

L'entrepreneur doit, avec succès, élaborer et mettre en œuvre des services de veille des médias et de mesure conformément aux éléments livrables suivants :

Veille des médias

- a) Surveiller jusqu'à 1 000 publications (imprimées et en ligne), médias de diffusion (télévision et radio) et médias d'actualités en ligne y compris les médias à l'intention des professionnels des voyages, au Canada et aux États-Unis. Les publications seront déterminées par chaque partenaire.
- b) Fournir des demandes de veille par intermittence pour des événements, des projets et pour des périodes précises, au besoin.
- c) Inclure une veille des médias quotidienne pour les nouvelles et les questions touchant la CCT, les destinations de voyage canadiennes, les médias à l'intention des professionnels des voyages et les nouvelles sur les voyages et les loisirs sur un maximum de 50 canaux sociaux, de 50 à 100 canaux sociaux et de 100 à 150 canaux sociaux pour les marchés internationaux cibles. Les médias seront adaptés à chaque partenaire.
- d) Inclure la veille quotidienne des médias pour les nouvelles et les questions touchant la CCT, les médias à l'intention des professionnels des voyages et les nouvelles sur les voyages et les loisirs sur 100 canaux sociaux des marchés internationaux cibles. Les 100 médias sont propres à chaque partenaire, et chacun en dressera sa liste individuelle.
- e) Fournir une veille en fonction d'une liste de mots-clés préétablie par chaque partenaire :
 - La liste comptera de 50 à 75 mots-clés, de 100 à 150 mots-clés ou de 150 à 200 mots-clés, selon les besoins particuliers de chaque partenaire;
 - Seuls des résultats liés au voyage et au tourisme devraient être fournis aux partenaires.
- f) Permettre aux partenaires de transférer la couverture aux principaux intervenants du tourisme mentionnés dans l'article ou le contenu diffusé.
- g) Fournir sur-le-champ, par voie électronique, les articles de texte intégral et les segments diffusés commandés.
- n) Être en mesure de demander soit une transcription, soit les clips radiophoniques ou télévisés entiers à un coût supplémentaire.
- h) Tenir régulièrement des discussions opérationnelles afin de réadapter la veille au besoin (ex. : veille d'une question dans les médias sociaux, suivre le lancement d'un projet particulier, une crise, etc.).

Services de mesure

- i) Fournir un accès « libre-service » illimité aux rapports d'évaluation détaillés au moyen d'un tableau de bord en ligne facile à gérer et à utiliser (processus automatisé).
- j) Fournir des rapports détaillés fondés sur les EVP. Ces rapports peuvent être automatisés (accès illimité aux rapports au moyen du tableau de bord) ou compilés manuellement en fonction des besoins du partenaire.
- k) Fournir des rapports détaillés afin d'évaluer les efforts des relations avec les médias, des médias à l'intention des professionnels des voyages, des relations publiques et des médias sociaux selon les exigences de mesure ou d'analyse comparative qui évolueront au cours du contrat. Voir les

renseignements sur les rapports de mesure à l'annexe 7. Seront compilés chaque année jusqu'à concurrence de 30 rapports par partenaire, notamment :

- un maximum de 12 rapports en fonction de l'activité mensuelle;
 - un maximum de 10 rapports sur des activités propres à un projet ou à une campagne par année;
 - un maximum de quatre rapports trimestriels;
 - un maximum d'un rapport semestriel;
 - un maximum d'un rapport annuel;
 - une option de rapports supplémentaires (p. ex. analyse de la concurrence).
- l) Manifester la capacité d'appuyer les éléments livrables mentionnés ci-dessus [de a) à l)] dans d'autres langues que le français et l'anglais; en particulier, l'allemand, le portugais, l'espagnol, le japonais, le coréen et le chinois.

C.3 Éléments livrables et calendrier

On prévoit que les services commenceront le 1^{er} janvier 2014.

SECTION D – QUESTIONNAIRE DES CRITÈRES IMPÉRATIFS

Les propositions doivent satisfaire à tous les critères impératifs pour passer à l'étape d'évaluation suivante.

D.1 Critères impératifs

Q1. Attestation du soumissionnaire – Le soumissionnaire a soumis l'attestation dûment remplie (voir l'annexe 2).
Soumise
<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non

Q2. Faits importants – Soumettre la déclaration des faits importants dûment remplie (voir annexe 3)
Soumise
<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non

Q3. Le soumissionnaire doit être en mesure de respecter les éléments livrables énumérés à la section C.2. 1) « Veille des médias du Canada et des États-Unis pour le siège social de la CCT et les OMP ». Êtes-vous en mesure de respecter ces exigences?
Réponse
<input type="checkbox"/> Oui <input type="checkbox"/> Non

SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES RECHERCHÉS

Le soumissionnaire doit donner des réponses claires et concises aux questions ci-dessous. S'il annexe des documents pour répondre à l'une des questions, le soumissionnaire doit inclure un renvoi aux documents annexés dans la réponse.

E.1 Exigences administratives (à titre d'information seulement)

Q4. Aux fins d'identification et d'information seulement, veuillez fournir les renseignements suivants à propos de votre entreprise:

- Dénomination sociale et adresse complètes
- Activité principale et nombre d'années en affaires
- Nombre d'employés directs
- Nature de l'entreprise (p. ex. entreprise individuelle, société par actions, entreprise en nom collectif, coentreprise)
- Situation géographique du siège social et de ses succursales
- Principale personne-ressource pour la DDP (nom, titre, numéro de téléphone et courriel)

Réponse :

Q5. Indiquez à titre de références trois clients ayant des exigences semblables à celles décrites dans la présente DDP et avec lesquels nous pourrions communiquer. Pour chaque référence, fournissez le nom de l'organisation, les coordonnées de la principale personne-ressource (nom, titre, numéro de téléphone et courriel) et une brève description des services que vous avez fournis. Le soumissionnaire consent à ce que la CCT communique avec l'un ou l'autre de ces clients.

À noter : Nous vous demandons de ne pas utiliser la CCT comme référence dans votre proposition.

Réponse :

E.2 Entreprise – exigences techniques

Q6. Présentez un sommaire de la structure de votre entreprise ou organisation, y compris les principaux membres du personnel qui seront responsables de coordonner toutes les activités décrites dans la présente DDP pour chaque partenaire.

Réponse :

Q7. Présentez un sommaire de votre expérience dans la prestation de services semblables à ceux qui sont décrits dans la présente DDP (taille, portée, sujets de veille), et inclure une liste de vos clients actuels à qui vous offrez les services, y compris toute expérience de travail avec des organismes gouvernementaux ou touristiques ou des sociétés avec partenaires multiples. L'expérience peut avoir une portée nationale et internationale (p. ex. Travel Britain).

Q8. Décrivez toute expérience antérieure en matière de « veille et mesure des médias mondiaux ». Quelles étaient vos limites? De quelle manière vos produits et services ont-ils permis de surmonter ces limites?

Réponse :

Q9. Décrivez toute expérience antérieure en matière de « veille et mesure des médias à l'intention des professionnels des voyages », à l'échelle nationale et internationale? Quelles étaient vos limites? De quelle manière vos produits et services ont-ils permis de surmonter ces limites?

Réponse :

Q10. Expliquez votre compréhension de la différence entre la couverture organisationnelle, des médias à l'intention des professionnels des voyages et des médias traitant des voyages ou des loisirs.

Réponse :

Q11. Décrivez la manière dont vous avez amélioré ou adapté vos services au cours des cinq dernières années? Cela s'applique aux services d'experts-conseils, à l'analyse, aux rapports, aux capacités de mesure, à la technologie, etc.

Réponse :

Q12. Énumérez les avantages et les qualités de votre tableau de bord et de vos rapports. En quoi vos rapports se distinguent-ils de ceux de vos concurrents? Quels rapports les partenaires sont-ils en mesure de récupérer automatiquement? Quels services ou fonctions votre tableau de bord offre-t-il (p. ex. nuages de mots, analyse de la concurrence, etc.)? Donnez des exemples des types de rapports qui peuvent être utiles à la CCT et à ses partenaires.

Réponse :

Q13. Décrivez les outils ou services d'analyse comparative que vous pouvez nous fournir pour effectuer des recherches.

Réponse :

Q14. Donnez des renseignements sur tout sous-traitant que vous pourriez utiliser pour fournir les services décrits dans la présente DDP.

Réponse :

Q15. Décrivez la portée des services de veille que vous pouvez fournir pour les médias décrits à la Section C.2, 1) a), y compris le nombre de médias surveillés au Canada, aux États-Unis et dans les marchés internationaux. Décrivez tout problème lié à l'accès aux textes intégraux d'articles de nouvelles (p. ex. verrou d'accès payant).

Réponse :

SECTION F – TARIFICATION

Le soumissionnaire doit fournir sa proposition de tarification dans un fichier distinct de la réponse à la DDP. Dans votre soumission de tarification, indiquez le numéro de référence et le titre de la DDP ainsi que les renseignements sur votre entreprise.

Les soumissionnaires sont encouragés à présenter le meilleur rapport qualité-prix dans leur proposition de tarification, tout en respectant l'ensemble des exigences de la présente DDP.

Au moment d'évaluer la tarification proposée, la CCT pourrait considérer le coût total de possession associé au produit ou au service pour toute sa durée de vie, ce qui comprend, sans toutefois s'y limiter, le coût d'acquisition, les ressources humaines, la formation, les installations, le soutien, la maintenance, le transport, la logistique, les coûts de fonctionnement et les coûts d'élimination.

La CCT ne prend aucun engagement et n'offre aucune garantie quant à la valeur monétaire ou au volume de travail qui pourrait attendre le soumissionnaire retenu.

F.1 Détails de la tarification proposée

En utilisant l'annexe 8 – Tableau des prix, présentez un coût pour les services inscrits. Tous les prix doivent être proposés en dollars canadiens, avant les taxes.

F.2 Rabais sur les paiements

La CCT préfère les modalités de paiement net dans les 30 jours et pourrait envisager de payer avant l'échéance dans l'éventualité d'un rabais pour paiement hâtif.

F.2.1 Indiquez vos modalités de paiement et expliquez tout rabais pour paiement hâtif offert à la CCT.

F.3 Stratégies de tarification

La CCT pourrait se montrer ouverte à d'autres stratégies de tarification, mesures incitatives, ristournes liées au volume et offres qu'elle jugerait profitables. La CCT se réserve le droit de considérer ou non toute offre qui lui sera proposée.

F.3.1 Veuillez indiquer toute autre stratégie de tarification dont votre entreprise serait prête à discuter avec la CCT.

SECTION G – EXIGENCES EN MATIÈRE DE PRÉSENTATION OU DE DÉMONSTRATION

G.1 Exigences en matière de présentation ou de démonstration

La CCT demandera aux soumissionnaires de la liste restreinte de donner une présentation ou une démonstration de leurs capacités à fournir des services de veille et de mesure des médias.

Il est possible que l'on demande aux soumissionnaires de mettre en évidence les éléments suivants :

- Présenter les représentants spéciaux;
- Montrer ses capacités à fournir des services de veille et de mesure des médias;
- Démontrer les fonctionnalités du tableau de bord;
- Démontrer les capacités d'interface.

Les présentations ou démonstrations virtuelles sont privilégiées (c.-à-d. WebEx). Le soumissionnaire assume tous les coûts liés aux présentations ou aux démonstrations.

SECTION H – MODALITÉS ET PROCESSUS RELATIFS À LA DDP

H.1 Échéancier du processus de demande de propositions

Voici l'échéancier du processus de sélection des soumissionnaires:

Intention de soumettre une proposition	Le 11 octobre 2013, 14 h HP
Date limite de réception des questions	Le 11 octobre 2013, 14 h HP
Date et heure limites	Le 18 octobre 2013, 14 h HP
Présentations des soumissionnaires de la liste restreinte (au besoin)	Semaine du 12 novembre 2013
Avis – La CCT s'efforcera d'informer tous les soumissionnaires de son choix à ou près de cette date:	Le 30 novembre 2013
Négociations et attribution du contrat	30 jours suivant l'avis de la CCT

Remarque : La CCT se réserve le droit de modifier l'échéancier, à son entière discrétion.

H.2 Interprétation de la DDP

Si un soumissionnaire se questionne sur le sens d'une quelconque partie de la présente DDP ou y trouve des erreurs, des omissions, des incohérences ou des ambiguïtés, il peut en faire part à la CCT, qui décidera s'il est nécessaire ou non de modifier la DDP.

Il incombe au soumissionnaire de bien comprendre les exigences de la DDP. S'il a besoin de clarifications, le soumissionnaire doit veiller à les obtenir avant de présenter sa proposition.

H.3 Demandes de renseignements et communications

Seule l'autorité contractante nommée à la page titre est autorisée par la CCT à commenter toute section de la présente DDP ou les exigences y étant décrites. La CCT ne sera pas liée par l'information ou les énoncés provenant d'une personne autre que l'autorité contractante désignée, et le soumissionnaire ne s'y fierait pas.

Toute communication avec des personnes non autorisées ou tentative visant à influencer les résultats du processus en contactant des employés de la CCT (autres que l'autorité contractante), des membres de son conseil d'administration ou des représentants du gouvernement entraînera la disqualification immédiate du soumissionnaire, qui pourra également voir sa candidature retirée des demandes de propositions ultérieures.

H.4 Exactitude des renseignements

Bien que les renseignements mentionnés ou auxquels on fait référence dans la présente DDP aient été préparés et rédigés de bonne foi, la CCT ne fait aucune assertion et n'offre aucune garantie quant à l'exactitude ou à l'exhaustivité de ceux-ci. La CCT peut modifier certains éléments à tout moment si les circonstances opérationnelles l'exigent.

H.5 Modifications

La CCT peut intégrer des renseignements, des directives, des changements ou des questions et réponses à la DDP. Si la présente DDP a été publiée sur le site Web Achatsetventes.gc.ca du gouvernement du Canada (« Achatsetventes »), la CCT peut y afficher des modifications, les faire

parvenir à tous les soumissionnaires ayant reçu une invitation ou ne les fournir qu'aux soumissionnaires qui ont présenté une intention de soumettre une proposition.

La CCT peut, à sa discrétion, afficher ou non des modifications apportées à la DDP sur Achatsetventes avant l'heure limite; il revient au soumissionnaire de consulter régulièrement le site Web pour se tenir au courant. Les modifications peuvent contenir des renseignements importants, dont des changements majeurs apportés à la DDP. Le soumissionnaire est responsable de lire toutes les modifications et de confirmer qu'il en a tenu compte dans sa proposition (voir annexe 4).

H.6 Modification et retrait

La CCT accepte les modifications apportées à une proposition déjà présentée ou le retrait d'une proposition déjà présentée, à condition de recevoir les modifications ou l'avis de retrait par courriel avant l'heure limite. Les modifications ou renseignements reçus après l'heure limite ne seront pas acceptés, sauf sur invitation et demande de l'autorité contractante.

H.7 Période de validité

Les propositions doivent demeurer valides pendant une période d'au moins cent vingt (120) jours après l'heure limite.

H.8 Coûts liés à la préparation de la proposition

Le soumissionnaire doit assumer l'entière responsabilité des coûts, y compris les frais de déplacement, liés à la préparation et à la présentation/démonstration de sa proposition, à sa participation à la DDP et, le cas échéant, à la négociation d'un contrat. La CCT ne lui remboursera aucun de ces frais. Le soumissionnaire assume en outre tous les risques liés à ces dépenses. En participant à cette DDP, le soumissionnaire convient de décharger la CCT de toute responsabilité relative à l'un ou l'autre de ces risques.

H.9 Langue

Le soumissionnaire peut déposer sa proposition en français ou en anglais. Le présent processus de demande de propositions se déroulera uniquement en anglais et le contrat qui en découlera sera rédigé en anglais.

H.10 Attribution du contrat

La CCT se réserve le droit de négocier la portée et les modalités du contrat avec le soumissionnaire, ci-après appelé le « soumissionnaire privilégié », dont elle estime que l'expertise, l'expérience, la vision et la réputation serviront au mieux les intérêts de la CCT. Le soumissionnaire ne doit pas présumer que le contrat sera attribué au soumissionnaire le moins-disant.

La CCT entamera des discussions et des négociations avec le soumissionnaire privilégié afin de convenir des modalités définitives de l'accord. Ces discussions et négociations auront comme point de départ la proposition du soumissionnaire privilégié ou seront convenues d'après cette proposition.

Si, pour une raison quelconque, la CCT et le soumissionnaire privilégié n'arrivent pas à s'entendre parfaitement dans un délai raisonnable, tel qu'établi de façon raisonnable par la CCT, cette dernière aura la liberté de mettre un terme aux discussions avec le soumissionnaire privilégié et d'inviter un autre soumissionnaire qualifié à entamer des négociations en vue d'arriver à un accord sur les services. Il n'existera aucune relation ayant force obligatoire entre la CCT et un soumissionnaire avant la conclusion d'un accord écrit.

H.11 Contrat

Si la présente DDP aboutit à la négociation d'un contrat avec un soumissionnaire et à l'attribution de ce contrat à ce dernier;

- i. cet accord prendra effet dès sa signature par les représentants dûment autorisés de la CCT et du soumissionnaire ayant remporté le marché;
- ii. il comprendra, notamment, les modalités générales du contrat énoncées à l'annexe 5.

H.12 Compte rendu

La CCT, à son entière discrétion, ne fournira un compte rendu qu'aux soumissionnaires qui ont satisfait au nombre requis de critères ou qui figurent sur la liste restreinte, et ce, s'ils en font la demande. Toutes les demandes doivent être envoyées par écrit à l'autorité contractante de la CCT dans les trente (30) jours suivant l'avis d'attribution. La séance de compte rendu a pour but d'aider le soumissionnaire à améliorer sa proposition pour les demandes à venir, le cas échéant, et ne vise aucunement à lui offrir l'occasion de contester le processus d'approvisionnement.

H.13 Faits importants

On entend par « fait important » toute circonstance ou relation qui pourrait entraîner un avantage injuste, comme celui d'avoir une association quelconque ou un lien de parenté avec un employé de la CCT ou un membre de son conseil d'administration, d'avoir accès à des renseignements non accessibles aux autres soumissionnaires, de communiquer au sujet de la DDP avec toute personne non autorisée, d'agir de manière à nuire à la capacité d'un autre soumissionnaire à présenter sa proposition pour les biens et services concernés, d'offrir un cadeau ou un avantage à un employé de la CCT ou à un membre de son conseil d'administration ou de se conduire de manière à nuire, ou à donner l'impression de nuire, à l'intégrité du processus de DDP (tous des « faits importants »).

La CCT se réserve le droit de tenir compte de tout fait important (tel que défini ci-dessus) déclaré dans une proposition ou autrement et de rejeter une proposition si elle juge qu'un fait important donne lieu à un conflit d'intérêts qui entraînerait un avantage injuste ou qui nuirait à l'intégrité du processus de DDP.

H.14 Interdiction de promouvoir son intérêt

Le soumissionnaire doit se garder de formuler des commentaires en public, de répondre à des questions dans une tribune publique ou encore de mener des activités visant à promouvoir ou à annoncer publiquement son intérêt à l'égard de ce projet.

H.15 Confidentialité

La CCT reconnaît la nature confidentielle de l'information pouvant être fournie en réponse à la présente DDP. Le soumissionnaire doit indiquer clairement les parties de sa soumission qui contiennent de l'information confidentielle. La CCT n'utilisera ni ne divulguera cette information confidentielle, sauf aux fins de l'évaluation des propositions dans le cadre de la présente DDP ou si une loi l'exige, notamment (mais sans s'y limiter) la Loi sur l'accès à l'information et la Loi sur la protection des renseignements personnels.

Le soumissionnaire doit garder confidentiels tous les renseignements reçus de la CCT et tous les renseignements rassemblés pour cette dernière dans le cadre du présent exercice. Il ne doit pas utiliser l'information confidentielle de la CCT à d'autres fins que la rédaction et la présentation de sa proposition en réponse à la présente DDP.

Sauf si une loi l'exige, la CCT s'engage à ne pas dévoiler l'identité des soumissionnaires ni révéler d'aucune manière que ce soit les modalités financières ou les renseignements de fond inclus dans les propositions. Au terme du processus, seul le nom du soumissionnaire retenu (l'« entrepreneur ») sera révélé une fois qu'un accord aura été conclu entre les parties contractantes.

H.16 Publicité

Le soumissionnaire ne doit pas faire référence, ni expressément ni implicitement, à la CCT ou à la présente DDP dans ses documents publics ou publicitaires, sauf sur autorisation écrite préalable de l'autorité contractante.

H.17 Aucune collusion

En présentant une offre, le soumissionnaire déclare et confirme, sachant que la CCT se fie à cette déclaration et à cette confirmation et ayant l'intention qu'elle s'y fie, que sa proposition a été préparée hors de toute collusion ou fraude et en concurrence équitable avec les propositions des autres soumissionnaires.

H.18 Législation

Le présent processus de DDP et toute entente subséquente seront régis conformément aux lois en vigueur dans la province de la Colombie-Britannique, et tout différend en découlant, le cas échéant, sera soumis à la compétence des tribunaux de la Colombie-Britannique ainsi qu'aux lois fédérales applicables.

H.19 Indemnités

Le soumissionnaire sera responsable des réclamations, des pertes ou des dommages qui pourraient découler d'erreurs, d'omissions ou de négligence de sa part ou de ses employés ou agents associés au présent processus de DDP et sera tenu d'indemniser la CCT de tous les frais subis en tel cas.

H.20 Droits de la Commission canadienne du tourisme

Par ailleurs, la CCT se réserve le droit, à sa seule et entière discrétion:

H.20.1 d'accepter toute proposition en entier ou en partie, sauf les propositions qui ne satisfont pas aux critères impératifs, sans négociation préalable et qu'elle comprenne ou non le prix le plus bas;

H.20.2 de rejeter, en totalité ou en partie, toute proposition:

- i. incomplète, obscure, irrégulière ou irréaliste;
- ii. ne répondant pas à l'objectif de la présente DDP;
- iii. à laquelle il manque tout renseignement obligatoire
- iv. non conforme à l'une des exigences de la présente demande;

H.20.3 de n'accepter aucune dérogation aux conditions énoncées;

H.20.4 de mettre un terme au processus ou de publier à nouveau la présente DDP à tout moment;

H.20.5 de communiquer avec les soumissionnaires pour obtenir des précisions ou vérifier une partie ou l'ensemble des renseignements à n'importe quel moment au cours du présent processus de DDP;

H.20.6 de communiquer avec les personnes indiquées comme références;

H.20.7 d'entreprendre des négociations avec tout soumissionnaire ayant présenté une proposition admissible, dans le but de parvenir à un accord à la satisfaction de la CCT;

H.20.8 d'intégrer au contrat découlant du présent processus l'ensemble ou une partie de l'énoncé de travail, de la demande de propositions ou de la proposition retenue;

H.20.9 d'attribuer un contrat pour l'ensemble ou une partie des biens et services concernés, y compris de sélectionner plus d'un soumissionnaire et d'établir avec plus d'un soumissionnaire un contrat pour répondre aux exigences de la présente DDP;

H.20.10 de ne conclure d'accord avec aucun des soumissionnaires ayant répondu à la présente DDP.

SECTION I : LISTE DES ANNEXES


ANNEXE	TITRE DU DOCUMENT	PAGES
1	Procédure de soumission	2
2	Attestation du soumissionnaire	1
3	Déclaration des faits importants	1
4	Modifications	1
5	Modalités générales du contrat	1
6	Tableau des partenaires	1
7	Rapports sur les mesures	3
8	Tableau des prix	2

ANNEXE 1 : PROCÉDURE DE SOUMISSION

Il y a six (6) étapes importantes à suivre pour soumettre une proposition. La CCT encourage le soumissionnaire à lire les six (6) étapes en entier avant de débiter.

Étape 1. Ouvrez un navigateur Web, saisissez l'adresse URL ci-dessous et appuyez sur « Entrée » :
<https://dropbox.yousendit.com/ctcprocurement>

Une page semblable à la suivante s'affichera :



The screenshot shows a web form for submitting a proposal. At the top left is the Canada logo with the text "explorez sans fin Canada keep exploring". The main content area has a white background and contains the following text and form elements:

Hello and welcome to a Canadian Tourism Commission Hightail drop box.
=====

Bonjour, bienvenue sur la page Hightail de la Commission canadienne du tourisme.

Full Name:

Email:

Subject:

Message:

By clicking on the 'Send it' button, you agree to Hightail's [Terms of Services](#).

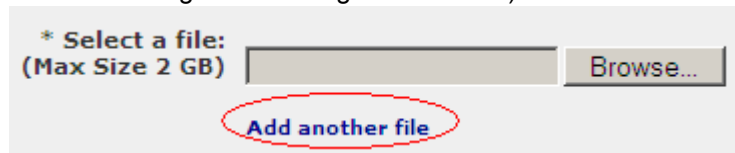
Étape 2. Entrez votre adresse courriel dans le champ « Email »..

Étape 3. Entrer le numéro du concours dans le champ « Subject ».

Étape 4. Entrer le nom de votre entreprise, le nom de la personne-ressource, le numéro de téléphone dans le champ « Message ».

Étape 5. Sélectionner les fichiers à envoyer à la CCT en réponse à la présente DDP.

(Remarque : Il est possible de soumettre plus d'un fichier en cliquant sur le lien « Add another file », encerclé en rouge dans l'image ci-dessous.)



The screenshot shows a file selection interface with the following elements:

* Select a file:
(Max Size 2 GB)

Étape 6. Lorsque vous avez terminé cette étape, cliquez sur le bouton « SEND IT », encerclé en rouge dans la capture d'écran ci-dessous, pour envoyer votre soumission. Votre proposition est alors envoyée à l'autorité contractante.

ANNEXE 2 : ATTESTATION DU SOUMISSIONNAIRE

Le soumissionnaire convient que les renseignements fournis dans sa proposition sont exacts et s'engage à être lié par les conditions, les énoncés et les représentations qui s'y trouvent. Si le soumissionnaire omet de fournir une signature, sa proposition sera automatiquement rejetée. Par la présente, la personne qui signe ce document déclare être un signataire dûment autorisé, doté de l'autorité requise pour s'engager au nom de son entreprise à respecter les modalités de la présente DDP.

Signé ce _____ jour de _____ 2013

Signature autorisée :

Nom (en caractères d'imprimerie) :

Titre ou poste :

Nom de l'entreprise :

Ville :

Adresse :

Numéro de téléphone :

Numéro de télécopieur :

Adresse courriel :

ANNEXE 3 : DÉCLARATION DES FAITS IMPORTANTS

FAITS IMPORTANTS:

Si le soumissionnaire a des faits importants à déclarer (tels que définis à la section H.13), la CCT exige qu'il les consigne et les soumette avec sa proposition, en pièce jointe.

Cochez UNE case:

Non, nous n'avons aucun fait important à déclarer

OU Oui, nous avons au moins un fait important à déclarer; voir la déclaration ci-jointe.

ANNEXE 4 : MODIFICATIONS

Veillez confirmer avoir bien lu les documents relatifs aux modifications de la présente DDP et tenu compte de ces modifications, le cas échéant, dans votre proposition. Prière d'indiquer les modifications pertinentes pour votre proposition, le cas échéant).

N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :

ANNEXE 5 : MODALITÉS GÉNÉRALES DU CONTRAT

Les modalités générales suivantes seront exigées par la CCT afin d'attribuer les travaux visés par la présente DDP. La formulation précise de chacune de ces clauses fera l'objet de négociations entre les parties:

1. Le contrat est non exclusif;
2. Le contrat restera en vigueur selon la durée précisée dans la DDP;
3. L'entrepreneur doit désigner le personnel clé chargé du dossier de la CCT et ne peut le remplacer sans l'approbation de celle-ci;
4. L'entrepreneur doit s'engager à affecter au dossier de la CCT un certain nombre d'équivalents temps plein par mois ou par année, s'il y a lieu;
5. Des niveaux de service doivent être attribués aux tâches normales (p. ex. calendrier fixé pour les différentes étapes allant de la planification au lancement de la campagne);
6. Toute la propriété intellectuelle créée par l'entrepreneur appartiendra à la CCT. L'entrepreneur doit certifier que ladite propriété intellectuelle est dégrevée et conforme à toutes les lois applicables;
7. L'entrepreneur doit prendre les mesures requises pour que toutes les campagnes et autres activités menées au nom de la CCT dans le marché de l'entrepreneur demeurent conformes aux lois applicables;
8. L'entrepreneur et ses sous-traitants doivent indemniser la CCT en cas de violation de contrat, et particulièrement en cas, notamment, de plaintes relatives à la violation de la vie privée, de plaintes de tierces parties en matière de propriété intellectuelle et d'infraction à la loi.;
9. L'entrepreneur doit avoir et maintenir en vigueur une assurance adéquate;
10. La CCT versera les sommes dues en fonction des travaux réalisés;
11. L'entrepreneur devra réclamer à la CCT les dépenses engagées, y compris celles pour les placements média, sans aucune majoration;
12. Le contrat doit comprendre des clauses de confidentialité;
13. La CCT se réserve le droit de mettre fin au contrat à sa convenance, sur préavis écrit de 60 jours, moyennant le paiement de tous les travaux réalisés ou faisant l'objet d'un engagement à la date de résiliation. Si la CCT met fin au contrat ou annule un ordre de travail particulier pour cause de violation de contrat, elle n'a aucune obligation de rémunérer le travail réalisé;
14. L'entrepreneur doit obtenir l'autorisation de la CCT avant de donner l'ensemble ou une partie des travaux en sous-traitance ou de céder le contrat;
15. Le contrat est régi par les lois de la Colombie-Britannique;
16. En cas de différend, une intervention de la haute direction sera sollicitée, suivie d'un arbitrage exécutoire à Vancouver, en Colombie-Britannique, conformément aux règles du British Columbia International Commercial Arbitration Centre.

ANNEXE 6 : TABLEAU DES PARTENAIRES

Organismes provinciaux et territoriaux de marketing touristique pour les provinces et territoires suivants :
Yukon
Colombie-Britannique
Alberta
Saskatchewan
Manitoba
Ontario
Québec
Nouvelle-Écosse
Île-du-Prince-Édouard
Nouveau-Brunswick
Terre-Neuve-et-Labrador
Territoires du Nord-Ouest
Nunavut

Siège social de la CCT et 10 bureaux internationaux
Siège social de la CCT – Colombie-Britannique, Canada
Présence mondiale de la CCT :
Royaume-Uni
France
Allemagne
Mexique
Brésil
Japon
Chine
Corée du Sud
Inde
Australie

ANNEXE 7 : RAPPORTS SUR LA MESURE

Le document suivant décrit les 30 rapports tout au plus que le soumissionnaire retenu fournira à la CCT et à ses partenaires tout au long de l'année, comme on le décrit dans les éléments livrables.

Document du sommaire des mesures

La CCT a besoin d'un nouveau système de mesure qui sera utilisé par les employés de la CCT afin d'évaluer les résultats par rapport à la stratégie (le système sera aussi utilisé par les partenaires provinciaux ou territoriaux qui choisiront de l'adopter). L'objet de la présente annexe est de donner un aperçu de la méthodologie que doit utiliser l'entrepreneur, ainsi que tous les partenaires provinciaux et territoriaux qui participent à ce système de mesure.

Définition de la population

Considérer chaque nouvelle, message, gazouillis ou gazouillis partagé comme un « élément » individuel. Chaque élément sera analysé dans le cadre de l'étude de la CCT ou de son partenaire s'il satisfait aux critères de cette étude.

1. Médias payants

Les médias payants ne sont pas inclus dans cette analyse : cela comprend les publireportages, les blogueurs payés, les annonces publicitaires et les mentions de commandites de la radio publique. Si un élément a la mention « commandité par la CCT ou ses partenaires », on le considère aussi comme média payant.

2. Médias en propriété

Les médias en propriété ne doivent pas être inclus dans cette analyse. Si un élément est déterminé comme provenant d'une source médiatique de la CCT ou d'un de ses partenaires, il est considéré comme « médias en propriété ». Les médias en propriété et les réactions qui en découlent (c.-à-d. commentaires, gazouillis partagé, etc.) ne doivent pas être inclus dans ces rapports.

Voici des exemples de sources de médias en propriété de la CCT :

- Twitter : @ctccct ou @cctinfos (en français)
- Facebook : <https://www.facebook.com/ExploreCanada> et <https://www.facebook.com/Explorezsansfin>
- YouTube : <http://www.youtube.com/user/CTCNewsNouvellesCCT/videos>

Restrictions générales

Les informations suivantes seront éliminées :

- Avis de décès d'employés de la CCT ou de ses partenaires;
- Avis de mariage des employés de la CCT ou de ses partenaires;
- Avis de naissance publiés par les employés de la CCT ou de ses partenaires;
- Registres des arrestations;
- Calendrier communautaire : Si l'élément est un article complet qui décrit en détail l'événement et les commanditaires, il est admissible; s'il s'agit de l'affichage d'un événement sans autre explication, il n'est pas admissible;
- Pas de codage des éléments qui sont des petites annonces ou des offres d'emploi;
- Doubles : Si un élément paraît deux fois, l'un serait admissible et l'autre serait un double. Les éléments seront marqués comme double lorsqu'un des critères suivants est présent :
 - a. L'URL est identique.

- b. Les éléments proviennent des mêmes médias à la même date et ont un contenu identique.
 - c. Les éléments sont affichés à moins de sept jours d'intervalle, ont le même contenu et la même URL.
 - d. Le même contenu communiqué à des publics différents doit être compté séparément, p. ex. les informations régionales de CBC diffusées dans l'ensemble des médias CBC provinciaux; les articles de La Presse canadienne repris dans 10 journaux différents.
- Sites de pourriels ou fermes de contenus : tout élément provenant d'une ferme de contenus ou d'un site de pourriels connus doit être immédiatement exclu, peu importe le contenu affiché. Le fournisseur doit fournir des détails sur sa méthode de blocage des pourriels.

Paramètres quantitatifs (autocodage)

En général, l'autocodage est acceptable uniquement pour les termes de recherche clairement définis et les campagnes faciles à identifier.

1. Objets

Toute mention d'une province canadienne particulière peut et devrait être indiquée et automatiquement affectée comme « objet ». Tout élément qui mentionne seulement le Canada, sans mentionner une ville ou une province en particulier, doit être affectée à l'objet « Canada ». Un élément peut contenir plus d'un objet. Les objets habituels pourraient inclure ce qui suit :

Provinces et territoires canadiens
Yukon
Colombie-Britannique
Alberta
Saskatchewan
Manitoba
Ontario
Québec
Nouvelle-Écosse
Île-du-Prince-Édouard
Nouveau-Brunswick
Terre-Neuve-et-Labrador
Territoires du Nord-Ouest
Nunavut

2. Principales initiatives

Les principales initiatives comprennent des campagnes, des événements ou des mots-clés particuliers qui ont des noms désignés. Un élément peut avoir plus d'une initiative. Voici des exemples possibles d'initiatives pour la CCT :

- Regroupement de blogueurs TBEX Global
- 35 millions de regards
- Carrefour GoMedia Canada Marketplace
- Rendez-vous Canada
- RÉSULTATS ANNUELS DE LA CCT
- NOUVELLE CAMPAGNE EN CHINE

- PROGRAMME POUR LES JEUNES VOYAGEURS
- INITIATIVES D'ÉVÉNEMENTS D'AFFAIRES CANADA
- TED Talks

Veillez noter que chaque partenaire pourrait avoir des initiatives et des campagnes variées.

3. Médias de catégorie 1

Veillez noter si l'élément paraît dans l'un des médias de « catégorie 1 ». Les médias de catégorie 1 seront définis par chaque partenaire, y compris l'entreprise.

Critères d'analyse qualitative

4. Ton et sentiment

Chaque élément doit être lu du point de vue d'un visiteur potentiel au Canada. Lisez l'élément au complet et déterminez s'il laisse le lecteur plus ou moins susceptible de visiter le Canada.

Positif	Si l'élément laisse le lecteur plus susceptible de visiter ou de recommander de visiter le Canada, il est considéré comme positif.
Négatif	Si l'élément laisse le lecteur moins susceptible de visiter ou de recommander de visiter le Canada, il est considéré comme négatif.
Équilibré	Si l'élément laisse un sentiment équilibré (sentiments positifs et négatifs), il est considéré comme équilibré.
Neutre	Si l'élément ne laisse aucun sentiment, il est considéré comme neutre.

5. Arguments clés de vente

Chaque partenaire déterminera des arguments clés de vente (ACV) qui lui sont propres.

Par exemple, les ACV de la CCT sont des messages clés que tous les spécialistes des communications de la Commission canadienne du tourisme sont chargés de communiquer dans tous les modes. Les voici :

Faire connaissance avec des Canadiens
Des voyages d'exploration personnelle par voie terrestre, maritime ou aérienne
La nature à couper le souffle
Une cuisine régionale de première classe
Des villes débordant de vie à proximité de la nature

6. Expériences canadiennes

Les expériences canadiennes sont des types de visites particulières qui sont essentielles aux buts de chaque partenaire. Par exemple, la CCT a relevé plus de 150 expériences canadiennes distinctives qui attirent un type de voyageur particulier. En général, une nouvelle qui traite d'une expérience distinctive reflétera au moins un ACV.

Vous trouverez la liste complète des [expériences canadiennes distinctives de la CCT](#) en ligne.

ANNEXE 8 : TABLEAU DES PRIX

Tableau des prix pour les services de veille et de mesure des médias. Proposé en dollars canadiens. Taxes en sus.

Description	Canada, États-Unis : CCT et OMP (consommateur et entreprise)	Mondial : Siège social de la CCT et OMP	Mondial : Bureaux internationaux
Veille			
<ul style="list-style-type: none"> La veille des médias quotidienne pour les nouvelles et les questions touchant la CCT, les médias à l'intention des professionnels des voyages, les destinations de voyage canadiennes et les nouvelles sur les voyages et les loisirs dans les sources médiatiques conformément à la section C.2., 1) a). Le prix doit inclure les frais d'abonnement en ligne fournissant un contenu textuel intégral avec téléchargements illimités. 	_____ \$ par partenaire par année	S.O	_____ \$ par partenaire par année
<ul style="list-style-type: none"> Jusqu'à 150 sources de nouvelles supplémentaires par partenaire. 	_____ \$ / 150	_____ \$ / 150	_____ \$ / 150
<ul style="list-style-type: none"> La veille quotidienne des médias sur les destinations de voyage canadiennes et/ou les questions organisationnelles sur 200 canaux sociaux préétablis. 	_____ \$	S.O	_____ \$
<ul style="list-style-type: none"> La veille quotidienne des médias sur les destinations de voyage canadiennes et/ou les questions organisationnelles sur 100 canaux sociaux propres aux partenaires. 	_____ \$	S.O	_____ \$
<ul style="list-style-type: none"> Sommaires électroniques de la couverture médiatique avec liens vers des articles de nouvelles complètes provenant d'une gamme de sources médiatiques [voir la section C.2., 1) a)]. 	_____ \$	_____ \$	_____ \$
<ul style="list-style-type: none"> Veille fondée sur une liste de mots-clés préétablis par chaque partenaire (de 50 à 200 mots-clés). 	_____ \$	_____ \$	_____ \$
<ul style="list-style-type: none"> Services de traduction pour la couverture médiatique qui n'est pas d'expression anglaise. 	S.O	_____ \$	_____ \$
Mesure			
<ul style="list-style-type: none"> Manuelle ou automatisée : portée, équivalences en valeur publicitaire ou autres rapports (au besoin). 	\$	\$	\$
<ul style="list-style-type: none"> Rapports manuels en fonction des exigences ou des partenaires (voir l'annexe 7) : <ul style="list-style-type: none"> un maximum de 12 rapports en fonction de l'activité mensuelle; un maximum de 10 rapports sur des activités 	\$	\$	\$

DDP n° CCT-2013-KH-02 Services de veille et de mesure des médias

<p>propres à un projet ou à une campagne par année;</p> <ul style="list-style-type: none"> • un maximum de quatre rapports trimestriels; • un maximum d'un rapport semestriel; • un maximum d'un rapport annuel; • une option de rapports supplémentaires (p. ex. analyse de la concurrence). 			
Frais de gestion			
Services de soutien aux comptes			
<ul style="list-style-type: none"> • Établissement des comptes des partenaires et modifications au besoin. 			
<ul style="list-style-type: none"> • Facturation directe aux partenaires pour tout le contenu, les logiciels et les services. (Partenaires énumérés à l'annexe 6 : Tableau des partenaires). Veuillez fournir la liste des produits et services compris dans le prix de base. 			
<ul style="list-style-type: none"> • Demandes de service à la clientèle, formation et soutien. 			
<ul style="list-style-type: none"> • Frais pour la consultation sur la mesure du rendement de la CCT (15 heures). 			
Droits de licences annuels et entretien			
<ul style="list-style-type: none"> • Hébergement Web des comptes pour les 25 comptes. 			
<ul style="list-style-type: none"> • Toutes les licences et mises à niveau de logiciel. 			
Honoraires			
<ul style="list-style-type: none"> • Analystes des médias, consultation pour gérer les demandes spéciales et rapports manuels. 	\$	\$	\$
<ul style="list-style-type: none"> • Gestion de projets, demandes de formation et réunions des partenaires. 			
Total des honoraires par année (selon les options choisies)	\$	\$	\$
Services supplémentaires	Canada, États-Unis : CCT et OMP (consommateur et entreprise)	Mondial : Siège social de la CCT et OMP	Mondial : Marchés internationaux
Sommaires des diffusions (télévision, radio) <ul style="list-style-type: none"> • Sommaires à texte illimité • 1 200 flux télédiffusés et 1 200 flux radiodiffusés inclus 	\$	\$	\$

Téléchargement vidéo ou audio et électronique	\$	\$	\$
Frais pour clips dont le contenu est en français <ul style="list-style-type: none"> Frais de droit d'auteur de 18 % pour trois (3) utilisateurs tout au plus 	\$	\$	\$
Soutien supplémentaire, au-delà de l'énoncé de travail <ul style="list-style-type: none"> Sur demande écrite et approbation de la CCT ou de ses partenaires 	\$	\$	\$