



MODIFICATION DE L'INVITATION

RETOURNER LES SOUMISSIONS À :

Agence Parcs Canada
635, 8^e Avenue S.-O., bureau 1300
Calgary (Alberta) T2P 3M3
N° de téléc. pour les soumissions : 403-292-4475

Ce document est par la présente révisé; sauf indication contraire, les modalités de l'invitation demeurent les mêmes.

Bureau de distribution :

Agence Parcs Canada
635, 8^e Avenue S.-O., bureau 1300
Calgary (Alberta) T2P 3M3

Commentaires:

Une copie signée de la présente modification doit accompagner chaque soumission.

Sujet :

Recherche, conception et développement de visites audio-guidées pour le lieu historique national du Canada du Fort-Langley et les lieux historiques nationaux du Canada Fort Rodd Hill et du Phare-de-Fisgard, en Colombie-Britannique

N° de l'invitation :
5P420-13-5049/A

N° de modification de
l'invitation : 03

Date :
10 octobre 2013

N° de référence de SEAG :
PW-13-00495320

L'invitation prend fin :

À :
14h00

Le :
22 octobre 2013

Fuseau horaire :
Heure avancée des Rocheuses (HAR)

Adresser toute demande de renseignements à :
Adam Krisch

N° de téléphone :
403-292-4560

N° de télécopieur :
403-292-4475

Courriel :
adam.krisch@pc.gc.ca

À REMPLIR PAR LE SOUMISSIONNAIRE (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)

Par la présente, nous accusons réception des instructions modifiées et confirmons en avoir tenu compte dans notre soumission.

Nom du fournisseur/de l'entrepreneur

Adresse

Nom de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/de l'entrepreneur

Titre

Signature

Date



Cette modification numéro trois (03) vise à répondre aux questions reçues des soumissionnaires.

1. Questions et réponses

1.1. Question :

En période de pointe, combien de visiteurs (approximativement) chaque lieu historique accueille-t-il simultanément?

Réponse :

Au lieu historique du Fort-Langley, il peut y avoir jusqu'à 750 visiteurs les jours d'été exceptionnellement occupés, mais habituellement il s'agit plutôt d'environ 400 personnes en période de pointe. Au lieu historique du fort Rodd Hill, il peut y avoir jusqu'à 650 personnes, mais les journées d'été occupées rassemblent plus souvent quelque 350 visiteurs. Les périodes les plus occupées sont entre 11 h et 15 h.

1.2. Question :

Quelle est la durée moyenne d'une visite (pendant combien de temps les visiteurs restent-ils au lieu historique)?

Réponse :

En moyenne, une visite dure environ 75 minutes, mais les durées réelles varient beaucoup. Parcs Canada souhaite les prolonger grâce aux visites audio-guidées.

1.3. Question :

Le point de distribution et de récupération des plateformes audio-guides sera-t-il le même? Sinon, les deux endroits seront-ils rapprochés l'un de l'autre ou éloignés?

Réponse :

Les plateformes audio-guides seront distribuées et récupérées au même endroit à chacun des lieux historiques, soit à l'entrée ou près de celle-ci.

1.4. Question :

Afin de nous aider à établir le nombre optimal de matériel devant être à la disposition des visiteurs à chaque lieu historique, veuillez préciser si on entend inclure la visite audio-guidée dans les droits d'entrée (auquel cas tous les visiteurs reçoivent une plateforme audio-guide) ou s'il faudra verser des frais supplémentaires pour louer la plateforme et faire cette visite facultative.

Réponse :

Pour l'instant, Parcs Canada entend demander des frais supplémentaires aux personnes intéressées par cette visite facultative. Celle-ci ne doit en aucun cas remplacer l'offre existante de services, mais plutôt s'ajouter à elle afin d'améliorer et de prolonger l'expérience du visiteur.

1.5. Question :

L'Agence Parcs Canada préfère-t-elle acheter ou louer les plateformes audio-guides?

Réponse :

Parcs Canada entend acheter les plateformes audio-guides.

1.6. Question :

Il est indiqué dans la demande de propositions que « L'entrepreneur doit également fournir à Parcs Canada une façon d'évaluer le succès de la visite audio-guidée. » Veut-on ainsi obtenir un outil de mesure interne du succès (c.-à-d. vérifier si Parcs Canada et les lieux historiques touchés sont heureux du processus et du résultat du projet) ou doit-il s'agir d'une mesure du succès auprès des visiteurs (c.-à-d. leur opinion sur la qualité et l'exactitude de la visite audio-guidée)? En fonction de la réponse donnée, l'Agence Parcs Canada peut-elle fournir des renseignements supplémentaires sur les éléments du résultat devant permettre de mesurer la réussite du projet? Nous aimerions obtenir tout indicateur de rendement clé considéré comme essentiel à cette mesure.



Réponse :

Nous voulons que Parcs Canada dispose d'un processus simple d'évaluation du point de vue de l'utilisateur. Il pourrait s'agir d'un bref questionnaire qui nous aiderait à établir, par exemple, si les utilisateurs sont satisfaits de la visite, s'ils sont en accord avec le prix demandé, s'ils considèrent avoir obtenu un bon rapport qualité-prix, s'ils ont aimé le contenu de la visite, s'ils se sont sentis interpellés, etc.

1.7. Question :

Il est indiqué dans la demande de propositions que la visite audio-guidée devrait idéalement durer entre 60 et 90 minutes. S'agit-il de la durée idéale de l'expérience du visiteur, y compris les activités auxquelles il participera en chemin en plus de la visite audio-guidée, ou veut-on obtenir une visite d'un contenu de 60 à 90 minutes sans interruption?

Réponse :

On s'attend à ce qu'un visiteur qui fait la visite audio-guidée passe de 60 à 90 minutes au lieu historique. Le visiteur devrait avoir la possibilité de participer à des programmes d'interprétation spéciaux, de lire des panneaux, etc. s'il choisit d'interrompre la visite audio-guidée, ou encore de faire la visite de façon non linéaire. Parcs Canada espère inciter les visiteurs à rester plus longtemps grâce à la visite audio-guidée. Pour l'instant, ceux-ci passent environ 75 minutes aux lieux historiques du Fort-Langley ou du Fort Rodd Hill et du Phare-de-Fisgard.

Chacun des lieux historiques comporte une trentaine de points d'interprétation. On prévoit dans un premier temps offrir un contenu d'un maximum de 60 secondes à chacun de ces points.

1.8. Question :

Il est mentionné dans la demande de propositions que la coordination avec les communautés de Premières Nations de la région constituera un élément essentiel du processus. Parcs Canada fournira-t-il au soumissionnaire retenu les coordonnées de personnes-ressources favorisées des communautés de Premières Nations, ou le soumissionnaire retenu devra-t-il trouver lui-même ces personnes-ressources et les faire approuver par Parcs Canada?

Réponse :

Les coordonnées de personnes-ressources des communautés de Premières Nations seront fournies par Parcs Canada.

1.9. Question :

Il est mentionné dans la demande de propositions que le produit final doit être offert en anglais et en français. L'Agence Parcs Canada préfère-t-elle que la traduction soit faite en français québécois ou en français parisien?

Réponse :

La visite devra être offerte dans un français international ou standard. Ainsi, les visiteurs ne devraient pas être en mesure de déterminer si le contenu a été traduit par un Québécois, un Français ou un francophone originaire d'un autre pays. S'il est nécessaire d'intégrer des mots d'argot, nous favorisons généralement le français québécois. Veuillez donner la priorité à des francophones canadiens pour les visites audio-guidées.

1.10. Question :

L'entrepreneur devra-t-il se rendre sur place dans le cadre du projet? Si oui, l'État paiera-t-il ses frais de déplacement?

Réponse :

Nous nous attendons à ce que l'entrepreneur visite les lieux historiques afin d'acquérir la compréhension approfondie nécessaire à la préparation d'une visite audio-guidée de qualité. Les frais de déplacement de l'entrepreneur doivent être inclus dans le prix ferme tout compris (montant forfaitaire) mentionné dans la base de paiement, à l'annexe B.

1.11. Question :

Les exemples de projets mentionnés doivent-ils avoir trait à des projets réalisés au Canada ou peut-il s'agir de projets réalisés à l'étranger?

Réponse :

Les exemples de projets de portée semblable seront acceptés, peu importe où ils ont été réalisés.



1.12. Question :

L'Agence Parcs Canada envisagerait-elle d'offrir la visite audio-guidée sous forme d'une application interactive pour téléphones intelligents?

Réponse :

Non. Pour l'instant, Parcs Canada veut se doter d'une visite audio-guidée avec plateforme audio-guide.

1.13. Question :

Pouvez-vous donner des précisions quant à l'exigence d'une visite « interactive »? L'information contenue dans la demande de propositions semble indiquer que Parcs Canada aimerait créer un contenu pour le grand public ainsi que pour les enfants; est-ce bien le cas?

Réponse :

Par « interactif », Parcs Canada entend que la visite audio-guidée doit interpeler les visiteurs et aider ceux-ci à tisser des liens étroits avec le lieu historique. Parcs Canada veut obtenir un contenu qui incitera les visiteurs à interagir davantage avec le lieu historique (accessoires et personnel) et à participer à des activités, ce qui prolongera leur visite. Nous désirons obtenir une visite convenant au grand public, ce qui inclut des familles composées d'adultes et d'enfants.

1.14. Question :

Quelle quantité de contenu l'Agence Parcs Canada possède-t-elle déjà (en nombre d'heures)? Existe-t-il des scénarios ou des dialogues sur lesquels on pourrait miser, des entrevues, de la musique, des narrations, des vidéos ou des bandes sonores?

Réponse :

Parcs Canada dispose d'un contenu audio limité dans certaines expositions. La visite ne doit pas remplacer les expositions actuelles, mais y ajouter. Il existe une vidéo de 25 minutes qui présente l'histoire du fort Langley et plusieurs postes d'écoute aux lieux historiques nationaux fort Rodd Hill et du phare de Fisgard. Nous avons aussi une visite audio-guidée de 25 minutes conçue pour le fort Langley il y a une quinzaine d'années qui n'a jamais été utilisée.

1.15. Question :

Quel est le nombre de plateformes audio-guides qui seront, selon les prévisions, utilisées simultanément?

Réponse :

On ne sait pas combien de plateformes audio-guides seront utilisées simultanément.

1.16. Question :

Les commentaires seront-ils déclenchés automatiquement aux points d'intérêt? Si oui, combien de points de déclenchement y aura-t-il?

Réponse :

Chaque lieu historique comporte une trentaine de points d'interprétation. Une fois le contrat octroyé, il sera possible de discuter de la meilleure approche à adopter pour le contenu propre à chacun.

1.17. Question :

Faudra-t-il fournir des boucles d'induction à distance pour les utilisateurs de prothèses auditives dans le cadre du projet? Si oui, combien?

Réponse :

Non, pas pour l'instant.

1.18. Question :

Dans la modification numéro deux (02) de la demande propositions, on mentionne la nécessité de fournir une (1) plateforme audio-guide pour 1 200 visiteurs. Veuillez confirmer cette information. Il semble s'agir d'une proportion extrêmement faible compte tenu du nombre total de visiteurs et des périodes de pointe.



Réponse :

Les estimations initiales ont été faites d'après le nombre maximum de visiteurs; on demandait une (1) plateforme audio-guide pour 1 200 visiteurs au total annuel. Cela signifie environ 70 plateformes pour le fort Langley et 50 plateformes pour le fort Rodd Hill et le phare de Fisgard. Comme nous l'avons mentionné précédemment, si les soumissionnaires ont de bonnes raisons de suggérer un nombre différent, nous les invitons à le faire en justifiant leur suggestion dans leur proposition. Le prix de la soumission doit refléter le nombre de plateformes audio-guides proposé.

Toutes les autres modalités demeurent inchangées.