



Commission canadienne  
du tourisme

Canadian Tourism  
Commission

## **Demande de propositions avec négociations**

Titre du concours :	Services de gestion d'événements
Numéro du concours :	CCT-2013-NK-01
Date et heure limites :	Le 17 janvier 2014 à 14 h, heure du Pacifique (HP)
Autorité contractante :	Nathan King 604-638-8343 procurement@ctc-cct.ca

Remarque : Le présent document ne peut être reproduit ni distribué sans l'approbation expresse et 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 avec négociations 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 premier choix. Ainsi, la Commission contribue à l'économie canadienne grâce aux recettes d'exportation du tourisme.

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 11 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.

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

### A1. Objet et intention

L'objet de la présente demande de propositions avec négociations (la « **DDPN** ») est de solliciter les propositions de soumissionnaires à même de fournir des services de gestion d'événements pour les deux événements suivants : le Carrefour GoMedia Canada (événement A) et Canada Media Marketplace (événement B). Les soumissionnaires peuvent présenter des propositions de services de gestion d'événements pour l'événement A, l'événement B ou les deux événements. Vous trouverez les exigences détaillées dans l'énoncé de travail (section C).

La CCT vise à conclure un accord avec le ou les soumissionnaires pouvant servir au mieux les intérêts de la CCT. Au terme du processus de DDPN, le soumissionnaire retenu (l'« entrepreneur ») pourrait être appelé à collaborer avec les autres fournisseurs de services et partenaires de la CCT pour veiller à ce que les services de relations publiques et de communications respectent le mandat, la marque et la stratégie d'entreprise de la CCT.

Le présent processus d'approvisionnement n'a ni pour but ni pour effet de créer un processus d'appel d'offres officiel et exécutoire qui donnerait lieu à un « contrat A » entre chaque soumissionnaire et la CCT. Ce processus a plutôt pour but de permettre à la CCT de prendre connaissance des produits et services que les soumissionnaires peuvent offrir en réponse à son énoncé de travail. Selon le nombre et la diversité des réponses, la CCT négociera par la suite avec les soumissionnaires dont la proposition répond le mieux, d'après elle, à ses besoins.

En soumettant sa proposition, le soumissionnaire accepte ce processus incluant de telles négociations et reconnaît qu'il ne pourra pas déposer de réclamation contre la CCT relativement à l'attribution ou non d'un contrat, ou encore à une situation où la CCT ne donnerait pas suite à une réponse à la présente DDPN.

En résumé, la présente DDPN est publiée dans l'unique but de recevoir des propositions. La CCT n'est aucunement tenue de conclure un accord suivant la publication de cette DDPN ou la soumission d'une proposition. L'objet de cette DDPN consiste à établir une liste de fournisseurs aptes à répondre aux exigences de la CCT et avec lesquels il serait possible de négocier un accord officiel.

## **A2. Durée du contrat**

La CCT prévoit négocier avec le ou les soumissionnaires retenus un contrat d'une durée de trois (3) 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. La CCT ne prend pas d'entente d'exclusivité, ne garantit pas le recours aux services de l'entrepreneur et ne s'avance aucunement quant à la valeur ou au volume du travail qui pourrait lui être attribué.

## SECTION B – CRITÈRES D'ÉVALUATION ET INSTRUCTIONS

---

### B.1 Évaluation selon les critères impératifs

Les propositions seront d'abord évaluées en fonction des critères impératifs énoncés à la section D. Les soumissionnaires dont la proposition ne satisfait pas aux critères impératifs disposeront d'un certain temps pour corriger les lacunes décelées (la « période de rectification »). Si ces propositions satisfont aux critères impératifs au terme de la période de rectification, elles seront ensuite évaluées conformément aux critères décrits à la section B.2. Toute proposition ne satisfaisant pas aux critères impératifs au terme de la période de rectification sera exclue du processus d'évaluation, et le soumissionnaire en sera avisé. La période de rectification commencera à la date limite de soumission des propositions et se terminera après une période définie par la CCT, à sa seule discrétion.

### B.2 Évaluation selon les critères souhaités

Les propositions répondant aux critères impératifs seront ensuite évaluées et notées selon les critères souhaités, définis plus loin. Le comité d'évaluation pourrait être formé d'employés et de consultants de la CCT, liés par un accord de confidentialité relativement au processus de DDPN. Ce comité sera responsable d'examiner et d'évaluer les propositions, puis de formuler une recommandation à la haute direction de la CCT quant à l'attribution du contrat.

Dans tous les cas, les décisions sur le degré de satisfaction aux critères établis ainsi que la note attribuée lors de l'évaluation sont à l'entière discrétion de la CCT, tant pour les propositions que pour les présentations ou démonstrations (le cas échéant).

#### B.2.1 Questionnaire sur les critères souhaités (section E) 40 %

Les propositions seront évaluées selon les critères souhaités pour l'événement A et l'événement B, comme indiqué ci-dessus. Pour l'événement A, les propositions seront évaluées selon les réponses aux questions de la section E.2. Pour l'événement B, les propositions seront évaluées selon les réponses aux questions de la section E.3. Les propositions qui obtiennent une note de 24 % (60 % de 40 %) ou plus (la « note de passage ») seront ensuite évaluées selon la tarification proposée, entre autres critères.

#### B.2.2 Tarification proposée (section F) 30 %

Après l'évaluation de la tarification proposée, la CCT pourrait demander au plus à trois (3) soumissionnaires de faire l'objet de la prochaine étape d'évaluation, soit à ceux ayant obtenu les pointages les plus élevés pour l'événement A et l'événement B (les « soumissionnaires présélectionnés »). Seuls les soumissionnaires présélectionnés passeront à l'étape de la présentation.

#### B.2.3 Présentations (section G) 30 %

TOTAL 100 %

#### B.2.4 Négociations

La CCT compte mener des négociations parallèles, conformément à la section H.10 (Attribution du contrat), avec au plus les trois (3) soumissionnaires présélectionnés ayant obtenu les meilleurs résultats pour l'événement A et l'événement B.

## B.3 Instructions : Soumission des propositions, déclarations d'intention et questions

### B.3.1 Soumissions

Les soumissionnaires doivent soumettre leur proposition complète par courriel à l'autorité contractante d'ici la date et l'heure limites (la « date limite »), soit **le 17 janvier 2014 à 14 h (HP)**.

Toute proposition reçue après la date limite pourrait être rejetée d'emblée par la CCT. Le soumissionnaire assume l'entière responsabilité de la soumission de son offre de services dans les délais prescrits.

Les propositions doivent être soumises en format PDF selon la procédure définie au point B.3.4 ci-après. Toutes les propositions reçues dans le cadre de cette DDPN deviendront la propriété de la CCT. La date et l'heure officielles de réception des propositions seront celles indiquées dans le système de messagerie électronique de la CCT.

### B.3.2 Déclarations d'intention

Les soumissionnaires doivent annoncer leur intention de soumettre une proposition (la « déclaration de l'intention de soumettre une proposition ») en envoyant un courriel à l'autorité contractante d'ici le 20 décembre 2013 à 14 h (HP).

### B.3.3 Questions

Les soumissionnaires peuvent poser des questions par courriel en écrivant à l'autorité contractante d'ici le 8 janvier 2014 à 14 h (HP). Les questions reçues après cela pourraient ne pas être traitées.

Si la CCT estime, à son entière discrétion, que la réponse à certaines questions est de l'intérêt de l'ensemble des soumissionnaires, elle mettra à la disposition de tous un résumé anonyme des questions et réponses, qui prendra la forme d'une modification. Le nom de l'auteur de chacune des questions sera tenu confidentiel.

Si un soumissionnaire estime que, en divulguant l'une de ses questions et la réponse à celle-ci, la CCT risque de dévoiler un aspect confidentiel de sa proposition, il peut accompagner cette question d'une note expliquant pourquoi il souhaite l'exclure des questions et des réponses publiées. Si la CCT acquiesce à cette demande, la question sera traitée de façon confidentielle et ne sera pas publiée. En revanche, si la CCT rejette la demande, elle demandera au soumissionnaire de reformuler sa question ou, si cela s'avère impossible, de la retirer.

### B.3.4 Instructions

Envoyez vos soumissions, déclarations d'intention et questions à [procurement@ctc-cct.ca](mailto:procurement@ctc-cct.ca) avec comme objet « **DDPN CCT-2013-NK-01 – Services de gestion d'événements – CONFIDENTIEL** ». Indiquez aussi dans chaque message les éléments suivants :

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

Les courriels dépassant les huit mégaoctets ne seront pas acceptés. S'il y a lieu, les soumissionnaires doivent diviser leurs réponses en fichiers numérotés de taille appropriée (moins de huit mégaoctets). Dans son premier courriel, le soumissionnaire doit fournir les précisions pour chaque section et indiquer le nombre de courriels qu'il compte envoyer. Les propositions sont stockées dans un environnement informatique sécurisé à accès restreint. Elles ne seront ouvertes qu'après la date limite.

## **B.4 Formulaire de réponse, format et portée de la DDPN**

### **B.4.1 Formulaire de réponse de la DDPN**

Les soumissionnaires doivent remplir et inclure les documents suivants dans leur proposition :

- Annexe 1 – Formulaire d'attestation du soumissionnaire
- Annexe 2 – Formulaire de déclaration des faits importants
- Annexe 3 – Modifications
- Annexe 4 – Déclaration des sous-traitants (s'il y a lieu)
- Section D – Critères impératifs (s'il y a lieu)
- Section E – Questionnaire sur les critères souhaités
- Section F – Proposition de tarification (fichier distinct)

### **B.4.2 Format et portée de la DDPN**

La présente demande de propositions avec négociations établit les exigences, les critères souhaités 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 DDPN, 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 ou ne faisant pas référence aux numéros de section applicables pourraient ne pas être évaluées.

Veuillez ne pas utiliser d'hyperliens ou de liens vers des sites de 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.

Seuls les documents fournis en réponse à la présente DDPN ainsi que les présentations ou démonstrations (s'il y a lieu) seront examinés et évalués. L'information, les propositions et les présentations déjà fournies à la CCT ou toute autre référence à du matériel, à de l'information ou à des présentations ne figurant pas dans votre proposition actuelle ne seront pas examinées. 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 DDPN.

## **B.5 Gestion du rendement des fournisseurs**

Il est primordial pour la CCT d'établir et d'entretenir des relations solides et positives avec ses entrepreneurs afin de maintenir les services essentiels et d'obtenir la plus grande valeur et les meilleurs résultats économiques possibles à l'échelle de l'organisation. Ainsi, le rendement des entrepreneurs pourrait être évalué à l'aide de mesures de rendement au cours du contrat.

Tout entrepreneur dont le rendement dans le cadre d'un contrat actuel ou antérieur avec la CCT a été jugé insatisfaisant pourrait être considéré comme non qualifié et voir sa proposition rejetée. La CCT se réserve le droit de recourir à cette option si elle l'estime appropriée et/ou nécessaire.

## SECTION C – ÉNONCÉ DE TRAVAIL

---

### C.1 Énoncé de travail : Carrefour GoMedia Canada (événement A)

#### C.1.1 Présentation

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est à la recherche d'un entrepreneur à même de fournir des services de gestion d'événements qui préparera et tiendra avec succès [Carrefour GoMedia Canada](#), une plateforme présentée par la CCT et conforme à la marque pour aider les spécialistes du marketing de destination et les entreprises touristiques du pays à vendre la destination Canada. Consultez le site Web de l'événement pour obtenir plus d'information : <http://www.media.gomediacanada.com/>.

Le Carrefour GoMedia permet aux spécialistes du marketing de destination et aux entreprises touristiques du pays (les « partenaires ») de rejoindre les voyageurs canadiens et étrangers des marchés de la CCT par l'entremise de représentants de médias touristiques de haut calibre qui, après avoir assisté à l'événement, produisent des articles et reportages sur les destinations et expériences canadiennes de l'ensemble du pays.

Nos partenaires apprécient grandement cet événement du fait qu'il augmente leur présence dans les marchés clés au pays et à l'étranger, et ce, à prix bien plus abordable qu'il leur en coûterait d'approcher directement les mêmes médias touristiques. Résultat : la plateforme permet une promotion plus efficace en donnant la chance aux partenaires d'inspirer les influenceurs médiatiques, et par leur intermédiaire, d'inciter les voyageurs canadiens et étrangers à explorer le Canada. Par le fait même, on réussit à accroître les recettes d'exportation du Canada provenant des touristes étrangers de marchés à haut rendement, en misant sur un canal qui génère de formidables rendements à partir d'un investissement relativement modeste.

Le Carrefour GoMedia se déroule chaque année dans une ville canadienne différente. Maintenant à sa 11<sup>e</sup> édition, l'événement sur trois jours se compose de séances de perfectionnement professionnel, de rendez-vous fixés à l'avance entre partenaires et médias souhaitant discuter de nouvelles idées d'article et planifier les visites de presse, de voyages de presse avant et après l'événement dans la région hôte et ailleurs au Canada, de visites d'une journée dans la région hôte et d'autres activités d'accueil connexes commanditées visant à promouvoir les destinations des partenaires commanditaires.

Les prix GoMedia font partie intégrante de l'événement. Chaque année, ils récompensent le travail de rédacteurs, de photographes, de producteurs et d'autres professionnels des médias qui assurent la promotion du Canada dans le monde entier au moyen de titres accrocheurs, d'images magnifiques et de descriptions inspirantes. Pour la CCT, c'est l'occasion de reconnaître ceux dont le travail incite et motive ses publics cibles à voyager. Et pour les médias, ces prix représentent une grande valeur ajoutée : aussi les motivent-ils à participer à l'événement.

L'événement en soi attire de 250 à 300 participants, dont plus de 130 représentants des partenaires, et en moyenne, 120 représentants des médias des 11 marchés étrangers de la CCT. Les partenaires paient des frais d'inscription couvrant la plupart des repas, mais pas l'hébergement; on compte parmi eux des professionnels du marketing de destination et des relations avec les médias, de même que des représentants d'entreprises touristiques de presque toutes les provinces et tous les territoires. Le transport, l'hébergement et les repas des représentants des médias canadiens et étrangers sont pour leur part payés par l'événement.

La CCT s'attend à ce que le Carrefour GoMedia s'autofinance, les recettes des inscriptions et des commandites compensant toutes les dépenses liées à la tenue de l'événement.



### C.1.2 Qualités

L'entrepreneur recherché est expérimenté et qualifié en tant que fournisseur de services de gestion d'événements. Il est aussi en mesure d'organiser le Carrefour GoMedia pour la période 2015-2018. De plus, le candidat idéal :

- excelle à mettre en pratique et à promouvoir les marques de clients;
- est flexible, met l'accent sur le service à la clientèle, fait preuve d'esprit d'équipe et peut servir les partenaires et les médias dans les deux langues officielles;
- est un leader à la feuille de route remarquable en matière de gestion d'événements spécialisés de moyenne envergure pour des clients étrangers et nationaux importants;
- a de l'expérience avec les médias touristiques étrangers et nationaux et peut démontrer les relations étroites qu'il entretient avec ceux-ci;
- possède une connaissance approfondie des besoins des partenaires et des médias participants et souhaite dépasser leurs attentes;
- est un professionnel des relations avec les médias qui possède de l'expérience dans la gestion et la production d'événements de remise de prix;
- est capable de créer et de vendre des possibilités de commandite novatrices et avantageuses;
- est passé maître dans la gestion de projets et de finances;
- suit de près les dernières tendances et les pratiques exemplaires en matière de gestion d'événements et de relations avec les médias.

### C.1.3 Portée des services

Sous la direction du chargé de projet de la CCT, l'entrepreneur sera responsable de fournir les services décrits ci-après :

C.1.3.1 La planification, la gestion et l'organisation du Carrefour GoMedia, y compris en ce qui concerne :

- a) les partenaires canadiens :
  - i) tenir à jour la base de données des partenaires de la CCT;
  - ii) recruter de nouveaux partenaires canadiens et assurer le suivi des inscriptions;
  - iii) gérer l'approbation des inscriptions et les prises de rendez-vous;
  - iv) coordonner les blocs de chambres des partenaires;
  - v) réserver les chambres d'hôtel pour tous les employés de la CCT (siège social et bureaux de l'étranger);
  - vi) agir à titre de personne-ressource principale pour les partenaires;
- b) les médias invités :
  - i) garder et mettre à jour la base de données des médias;
  - ii) envoyer les invitations aux médias canadiens et étrangers, en collaboration avec la CCT;
  - iii) recruter des représentants des médias américains;
  - iv) assurer le suivi des inscriptions des représentants des médias;
  - v) assurer un suivi téléphonique auprès des représentants des médias canadiens invités pour confirmer leur disponibilité (les équipes de la CCT à l'étranger le font pour les médias étrangers);

- vi) coordonner les blocs de chambres des représentants des médias avec l'hôtel, assurer la liaison avec l'hôtel et réserver les chambres d'hôtel pour tous les représentants des médias canadiens et étrangers;
  - vii) assurer la communication avec les représentants des médias canadiens pour coordonner et réserver tous leurs vols (au départ et à destination des lieux de visite de presse avant et après l'événement ainsi qu'au départ et à destination de la destination hôte);
  - viii) agir à titre de personne-ressource principale pour les médias canadiens;
  - ix) gérer le programme des prix GoMedia, y compris la production et l'organisation de la cérémonie de remise de prix;
- c) les commanditaires :
- i) atteindre les objectifs fixés par la CCT;
  - ii) développer les possibilités de commandite existantes et en créer de nouvelles;
  - iii) créer la trousse du commanditaire;
  - iv) tenir à jour et étoffer la liste de commanditaires réguliers et potentiels;
  - v) vendre les commandites;
  - vi) s'acquitter des obligations en matière de commandites;
- d) le perfectionnement professionnel :
- i) aider la CCT à s'occuper des réservations et de la logistique relatives aux conférenciers principaux;
  - ii) donner des conseils sur les pratiques exemplaires et les tendances en matière de relations avec les médias et de marketing;
  - iii) assurer le développement et l'exécution des programmes;
- e) les finances :
- i) établir et gérer le budget;
  - ii) tenir une comptabilité exemplaire;
  - iii) percevoir les frais d'inscription auprès des partenaires et des commanditaires;
  - iv) rémunérer les fournisseurs et les sous-traitants;
  - v) tenir les comptes et les livres sujets aux vérifications de la CCT de façon régulière et/ou fournir sur demande les reçus, les registres de comptes bancaires, une bonne justification des dépenses et toute autre information d'ordre financier;
  - vi) préparer des rapports financiers;
- f) la production de rapports courants :
- i) sur demande, soumettre des rapports faisant au moins état des aspects suivants :
    - (1) les activités en cours et les résultats des activités;
    - (2) les relevés de transactions bancaires, notamment pour les frais d'inscription des partenaires, les commandites et les paiements relatifs à l'événement;
    - (3) le statut détaillé du budget, y compris les dépenses par mois et les fonds restants;

- (4) l'analyse post-événement comprenant l'examen des résultats du sondage, des volets de l'événement, des mises en pratique de la marque et des recommandations pour améliorer la formule.

C.1.3.2 La gestion de toutes les responsabilités administratives associées au Carrefour GoMedia, ce qui comprend, sans s'y limiter :

- a) participer aux formations de la CCT sur l'identité de la marque et respecter en tous points les dernières *Lignes directrices relatives à l'identité de la marque de la CCT*;
- b) affecter les employés et/ou sous-traitants appropriés aux tâches relatives à tout volet des services ou des produits livrables (les employés et sous-traitants seront attentifs aux besoins de la CCT et des autres intervenants clés dans le processus);
- c) présenter les livrables aux fins d'évaluation et d'approbation par la CCT;
- d) coordonner les activités nécessaires à la prestation des services;
- e) au besoin, aider la CCT à coordonner les réunions du comité de planification du Carrefour GoMedia;
- f) assurer la liaison et la coordination avec la CCT, ce qui comprend la présentation, aux deux semaines, de bilans;
- g) tenir une comptabilité précise.

C.1.3.3 La planification, l'organisation, la mise à disposition et l'acquisition de toutes les ressources en lien avec l'équipement, l'infrastructure et les fournisseurs pour satisfaire aux exigences opérationnelles nécessaires à la tenue du Carrefour GoMedia, et répondre aux besoins suivants :

- a) permettre une représentation adéquate de la CCT dans tout processus de sélection concernant des services;
- b) s'occuper des visites sur place avant l'événement (environ deux visites de deux jours chacune);
- c) mener les négociations et attributions de contrat futures en ce qui a trait aux sites de l'événement;
- d) planifier la logistique, les activités et les opérations sur place et hors-site, y compris le transport;
- e) retenir les services de fournisseurs de TI privilégiés et travailler avec eux à la préparation du site;
- f) assurer une bonne infrastructure technologique, entre autres pour ce qui est de l'équipement audiovisuel et de l'Internet sans fil;
- g) assurer la liaison avec les fournisseurs afin d'assurer la coordination de toutes les exigences techniques pour les activités du Carrefour GoMedia;
- h) produire et mettre en place les éléments créatifs et l'apparat du Carrefour GoMedia;
- i) fournir les services de sécurité à l'événement;
- j) orchestrer les services de traiteur, de décoration et de divertissement de l'événement;
- k) fournir les assurances pour l'événement;
- l) acquérir les panneaux de signalisation et autres affiches de marque pour l'événement et s'assurer de tout bien mettre en place;
- m) fournir les services de photographie et de vidéographie, selon les besoins d'un événement de cette envergure.

- C.1.3.4 La planification, la gestion et la production du programme de prix GoMedia, ce qui comprend, sans s'y limiter :
- a) l'administration du programme, y compris la promotion de l'appel de candidatures, la réception des soumissions, la coordination du jury et la promotion des gagnants;
  - b) la gestion des déplacements et des inscriptions pour les gagnants des prix;
  - c) tous les aspects de la production et de la direction de la remise de prix.

#### **C.1.4. Produits livrables clés**

- C.1.4.1. Concevoir le plan d'action pour tenir le Carrefour GoMedia, plan qui doit inclure :
- a) des données sur les marchés par rapport à l'innovation dans les salons interentreprises ainsi que des idées solides et audacieuses pour présenter du nouveau;
  - b) un survol du programme, des événements et des activités, créé en collaboration avec la CCT et les intervenants clés;
  - c) une stratégie de commandite conçue pour profiter aux commanditaires réguliers et aller chercher de nouvelles recettes de commandite;
  - d) un plan de communication présentant les produits, les canaux, l'horaire de travail, l'échéancier pour la distribution et le processus d'approbation afin que la CCT puisse évaluer et approuver les projets comme il se doit;
  - e) un plan détaillé pour les projets, dans lequel on trouvera les facteurs dont ils dépendent, les échéanciers et les chemins critiques pour veiller à ce que les événements et activités au programme se déroulent de façon coordonnée, efficace et efficiente;
  - f) un plan de la conception et de la prestation du programme du Carrefour GoMedia, qui impliquera, quand il y a lieu, les employés de la CCT, ses commanditaires, ses fournisseurs et les autres intervenants clés;
  - g) un budget de projet avec suffisamment de détails et de contenu pour démontrer que l'entrepreneur travaille selon une approche globale et économique;
  - h) tous les produits livrables finaux, qui seront présentés en anglais (les traductions seront assurées par les ressources choisies par la CCT).
- C.1.4.2. Produire un rapport postévénement en y incluant les éléments suivants :
- a) un survol des résultats de l'événement par rapport aux cibles établies;
  - b) le nombre officiel de participants;
  - c) les rapports des commanditaires;
  - d) les résultats du sondage et leur analyse;
  - e) un résumé des réussites, des innovations et des problèmes, accompagné de recommandations pour améliorer l'efficacité et la valeur de l'événement, le processus d'inscription, la qualité des médias, les activités au programme et les commandites.
- C.1.4.3. Produire pour la CCT des rapports financiers en y incluant les éléments suivants :
- a) un compte rendu financier détaillant les profits et les pertes;
  - b) des états financiers ayant fait l'objet d'une vérification par une tierce partie, aux frais de l'entrepreneur;
  - c) les résultats du rapport du vérificateur, qui seront fournis à la CCT au besoin et sur demande.

### C.1.5. Responsabilités de la CCT

C.1.5.1 La CCT sera responsable des activités suivantes :

- a) former l'entrepreneur par rapport aux *Lignes directrices relatives à l'identité de la marque de la CCT*;
- b) fournir une orientation générale à l'entrepreneur et l'encadrer dans la réalisation des activités du projet;
- c) coordonner les réunions du comité de planification du Carrefour GoMedia;
- d) donner à l'entrepreneur les informations et ressources pertinentes pour faciliter les activités de gestion de l'événement;
- e) superviser l'approbation du plan de l'événement;
- f) donner l'approbation finale pour toutes les communications (texte sur le site Web, images sélectionnées, brochures, livrets, publipostages électroniques, etc.) avant la diffusion externe;
- g) évaluer les documents financiers (comptes et livres) en lien avec les projets/l'événement;
- h) verser la rémunération à l'entrepreneur suivant la présentation des produits livrables convenus.

### C.1.6. Fournisseurs privilégiés

C.1.6.1. Il reviendra à la CCT de choisir le fournisseur de technologies de l'information qui assurera les services suivants :

- a) la conception, l'amélioration et la gestion du site Web de l'événement et de la version mobile du site, y compris la rédaction du contenu. Le site comprendra les fonctionnalités suivantes :
  - i) le paiement en ligne des inscriptions;
  - ii) la coordination des rendez-vous;
  - iii) les soumissions en ligne pour les prix GoMedia;
  - iv) les renseignements sur les voyages avant et après l'événement ainsi que les options de sélection;
  - v) les renseignements sur les visites d'une journée ainsi que les options de sélection;
  - vi) des photos (publiées pendant et après l'événement);
  - vii) les photos et les biographies de tous les participants;
  - viii) une salle de presse en ligne permettant aux médias et aux partenaires d'échanger sur une plateforme sécurisée.

### C.1.7. Objectifs de rendement

#### Participation

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Médias*	126	123	119		-	-	-	-
Partenaires*	131	118	147		-	-	-	-

\* La CCT déterminera les objectifs de participation une fois les destinations hôtes confirmées.

## Recettes

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Inscriptions (frais de réservation de table* + frais d'inscription**)	264 180 \$	262 104 \$	241 855 \$	320 175 \$		-	-	-	-
Commandites	44 500 \$	18 350 \$	48 250 \$	52 500 \$		57 750 \$	63 525 \$	69 878 \$	76 865 \$

La CCT déterminera les objectifs de recettes une fois les destinations hôtes confirmées.

\* Frais de réservation d'une table au salon professionnel

\*\* Frais d'inscription à l'événement (sans table)

## Satisfaction des partenaires

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Événement dans l'ensemble*	100	98		100	100	100	100
Qualité des médias**	Canadiens : 95 Étrangers : 75	Canadiens : 93 Étrangers : 82		Canadiens : 95 Étrangers : 90	Canadiens : 97 Étrangers : 92	Canadiens : 99 Étrangers : 94	Canadiens : 100 Étrangers : 96

\* Pourcentage de partenaires « satisfaits » ou « très satisfaits » de l'événement dans son ensemble

\*\* Pourcentage de partenaires « satisfaits » ou « très satisfaits » par la qualité des médias

## Satisfaction des représentants des médias

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Événement dans son ensemble*	100	100		100	100	100	100

\* Pourcentage de représentants des médias « satisfaits » ou « très satisfaits » de l'événement dans son ensemble

## Performance financière

	2015	2016	2017	2018
Écart budgétaire	± 1 %	± 1 %	± 1 %	± 1 %

### C.1.8 Responsabilités budgétaires

Conformément aux précisions fournies dans l'énoncé de travail ci-dessus, l'entrepreneur sera responsable du budget relatif aux éléments suivants, sans toutefois s'y limiter :

- les recettes provenant de la réservation de tables et des frais d'inscription;
- les recettes provenant des commandites;
- les dépenses en lien avec les aspects suivants pour répondre aux besoins de l'énoncé de travail de la section C.1 :
  - les services sous contrat, y compris les services de TI;
  - les frais de messagerie et d'expédition;
  - la restauration;
  - le transport des représentants des médias canadiens;
  - l'équipement audiovisuel sur le site;
  - les affiches et la signalisation de la CCT;
  - les outils de promotion et les incitatifs de vente de l'événement;
  - les déplacements du personnel de l'entrepreneur qui doit se rendre aux événements;
  - les télécommunications;
  - l'interprétation et la traduction;
  - le programme de remise de prix et la production de la cérémonie de remise de prix;
  - la gestion de la base de données des médias participants;
  - les petits cadeaux pour les partenaires et les représentants des médias;

- le perfectionnement professionnel;
- les vols des représentants des médias étrangers.

La CCT sera responsable du budget relatif aux éléments suivants :

- les services de gestion d'événements fournis par l'entrepreneur;
- les déplacements du personnel de la CCT.

La ville hôte sera pour sa part responsable du budget pour :

- fournir des trousseaux de bienvenue à tous les partenaires et représentants des médias, lesquelles comprendront des guides, des renseignements et des cartes touristiques;
- coordonner et former les bénévoles; organiser des kiosques d'information tenus par les bénévoles à l'hôtel et à l'aéroport de la destination hôte (s'il y a lieu);
- s'occuper de la couverture des médias locaux (médias de la destination qui aimeraient couvrir GoMedia); la CCT peut offrir son soutien au besoin;
- coordonner le service de navette gratuit offert aux partenaires entre l'aéroport et les hôtels officiels;
- coordonner le service de navette gratuit offert aux partenaires depuis et vers l'hôtel et l'espace de réunion ainsi que les services d'accueil officiels;
- offrir à titre gracieux des nuitées d'hôtel à tous les représentants des médias, soit de 500 à 550 nuitées (4 nuitées pour 130 à 135 représentants);
- offrir à titre gracieux des nuitées d'hôtel au personnel du bureau de projet de GoMedia (6 personnes), soit 24 nuitées (4 nuitées pour les 6 membres du bureau de projet) – les nuitées supplémentaires seront facturées à GoMedia;
- proposer aux partenaires de l'industrie des nuitées d'hôtel à un prix inférieur à celui du marché;
- fournir des espaces de réunion à titre gracieux (conformément à la section « Exigences relatives à l'emplacement »);
- offrir à titre gracieux des visites originales d'une journée et d'une demi-journée permettant à tous les représentants des médias et les partenaires de l'industrie de découvrir la destination et la région (prendre en charge le coût du transport, des activités et des repas le cas échéant). Ces visites doivent proposer un amalgame d'activités, de sites et d'attractions. La CCT peut donner des idées et de la rétroaction à la lumière des événements précédents;
- proposer des visites attrayantes avant et après l'événement (prendre en charge le coût des transferts, de l'hébergement, des repas et des activités). La CCT peut donner des idées et de la rétroaction à la lumière des événements précédents;
- organiser la soirée de bienvenue (réception ou souper) l'année où elle reçoit les délégués;
- organiser le souper de clôture de l'événement de l'année précédente à l'intention de tous les partenaires.

## C.2 Énoncé de travail : Canada Media Marketplace (événement B)

### C.2.1 Présentation

La Commission canadienne du tourisme (CCT) souhaite conclure un accord avec une entreprise spécialisée en gestion d'événements qui saura préparer et tenir avec succès [Canada Media Marketplace](#), largement reconnu comme le plus grand événement organisé par un office de tourisme étranger à l'intention des médias aux États-Unis. Consultez le site Web de l'événement pour obtenir plus d'information : <http://www.canadamediamarket.org/>.

Cette plateforme de la marque permet aux spécialistes du marketing de destination et aux entreprises touristiques du Canada (les « partenaires ») de rejoindre les voyageurs des États-Unis par l'entremise des représentants de médias touristiques américains de haut calibre qui, après avoir assisté à l'événement, produisent des articles et reportages sur les destinations et expériences canadiennes de l'ensemble du pays. Il s'agit là d'une couverture qui aide les entreprises touristiques canadiennes à vendre la destination Canada dans un marché au rendement élevé.

Canada Media Marketplace est un rendez-vous annuel dont l'emplacement alterne entre San Francisco et New York. Maintenant à sa 28<sup>e</sup> édition, l'événement sur deux jours se compose de séances de perfectionnement professionnel, de rendez-vous fixés à l'avance entre partenaires et médias souhaitant discuter de nouvelles idées d'article et planifier les visites de presse et d'autres activités d'accueil connexes commanditées visant à promouvoir les destinations des partenaires commanditaires.

Parmi les volets les plus attendus de l'événement figurent les prix Northern Lights du Canada, qui soulignent l'excellence en journalisme, en photographie et en création de contenu mobile dans le domaine du tourisme. Chaque année, ils récompensent le travail de rédacteurs, de photographes, de producteurs et d'autres professionnels des médias qui assurent la promotion du Canada dans le monde entier au moyen de titres accrocheurs, d'images magnifiques et de descriptions inspirantes. Pour la CCT, c'est l'occasion de reconnaître ceux dont le travail incite et motive à voyager. Et pour les médias, ces prix représentent une grande valeur ajoutée : aussi les motivent-ils à participer à l'événement.

L'événement en soi attire plus de 300 participants, dont plus de 140 représentants des partenaires de presque toutes les provinces et tous les territoires et près de 200 représentants des médias. Les partenaires paient des frais d'inscription couvrant la plupart des repas, mais pas l'hébergement. Environ 100 représentants de médias locaux sélectionnés et 100 représentants de médias d'autres villes américaines sélectionnés participent à l'événement (pour un total pouvant dépasser les 200 représentants). Le transport, l'hébergement et la plupart des repas des représentants de médias d'autres villes américaines sont pour leur part couverts par l'événement.

La CCT s'attend à ce que Canada Media Marketplace s'autofinance, les recettes des inscriptions et des commandites compensant toutes les dépenses liées à la tenue de l'événement.

### C.2.2 Qualités

La CCT recherche un entrepreneur expérimenté et qualifié en tant que fournisseur de services de gestion d'événements (l'« entrepreneur ») à même d'organiser Canada Media Marketplace pour la période 2015-2018. Le candidat idéal :

- excelle à mettre en pratique et à promouvoir les marques de clients;
- est flexible, met l'accent sur le service à la clientèle et fait preuve d'esprit d'équipe;
- est un leader à la feuille de route remarquable en matière de gestion d'événements spécialisés de moyenne envergure pour des clients importants, plus particulièrement des



- événements rassemblant des médias américains et des clients semblables, notamment les partenaires de l'industrie canadienne du tourisme;
- peut démontrer son expérience avec les médias touristiques américains et les relations étroites qu'il entretient avec ceux-ci;
  - possède une connaissance approfondie des besoins des partenaires et des médias participants et souhaite dépasser leurs attentes;
  - est un professionnel des relations avec les médias qui possède de l'expérience dans la gestion et la production de cérémonies de remise de prix;
  - est capable de créer et de vendre des possibilités de commandite novatrices et avantageuses;
  - est passé maître dans la gestion de projets et de finances;
  - suit de près les dernières tendances et les pratiques exemplaires en matière de gestion d'événements et de relations avec les médias.

### **C.2.3 Portée des services**

Sous la direction du chargé de projet de la CCT, l'entrepreneur sera responsable de fournir les services décrits ci-après :

- C.2.3.1 La planification, la gestion et la tenue de Canada Media Marketplace, y compris en ce qui concerne :
- a) les partenaires canadiens :
    - i) tenir à jour la base de données des partenaires de la CCT;
    - ii) recruter de nouveaux partenaires canadiens et assurer le suivi des inscriptions;
    - iii) gérer l'approbation des inscriptions et la coordination des rendez-vous;
    - iv) coordonner les blocs de chambres des partenaires;
  - b) les médias invités :
    - i) tenir à jour et enrichir la base de données des médias américains de la CCT;
    - ii) participer au recrutement des médias d'autres villes américaines, selon les besoins déterminés par le représentant de la CCT;
    - iii) négocier des rabais sur les voyages en avion et en train et s'occuper des détails liés au transport pour les médias d'autres villes américaines;
    - iv) gérer tous les billets pour les médias d'autres villes américaines, y compris les paiements;
    - v) coordonner les blocs de chambres des représentants des médias d'autres villes américaines avec l'hôtel et assurer la liaison avec l'hôtel;
  - c) les commanditaires :
    - i) développer les possibilités de commandite existantes et en créer de nouvelles;
    - ii) créer la trousse du commanditaire;
    - iii) tenir à jour et étoffer la liste de commanditaires réguliers et potentiels;
    - iv) aider la CCT à vendre les commandites;
    - v) atteindre les objectifs fixés par la CCT;

- d) le perfectionnement professionnel :
  - i) aider la CCT à s'occuper des réservations et de la logistique relatives aux conférenciers principaux;
  - ii) donner des conseils sur les pratiques exemplaires et les tendances en matière de relations avec les médias et de marketing;
  - iii) assurer la préparation et l'exécution des programmes;
- e) les finances :
  - i) établir et gérer le budget;
  - ii) tenir une comptabilité exemplaire;
  - iii) percevoir les frais d'inscription auprès des partenaires et des commanditaires;
  - iv) rémunérer les fournisseurs et les sous-traitants;
  - v) tenir les comptes et les livres sujets aux vérifications de la CCT de façon régulière et/ou fournir sur demande les reçus, les registres de comptes bancaires, une bonne justification des dépenses et toute autre information d'ordre financier.
  - vi) préparer les rapports financiers;
- f) la production de rapports courants :
  - i) sur demande, soumettre des rapports faisant au moins état des aspects suivants :
    - (1) les activités et les résultats des activités;
    - (2) les relevés de transactions bancaires, notamment pour les frais d'inscription, les commandites et les paiements relatifs à l'événement;
    - (3) l'état du budget, détaillé dans une feuille de calcul; ce rapport fera entre autres état des dépenses par mois, des dépenses à jour par projet et des fonds restants;
    - (4) l'analyse postévènement comprenant l'examen des résultats du sondage, des volets de l'événement, de la mise en pratique de la marque et des recommandations pour améliorer la formule.

C.2.3.2 La gestion de toutes les responsabilités administratives associées au Canada Media Marketplace, ce qui comprend, sans s'y limiter :

- a) participer aux formations de la CCT sur l'identité de la marque et respecter en tous points les dernières *Lignes directrices relatives à l'identité de la marque de la CCT*;
- b) affecter les employés et/ou sous-traitants appropriés aux tâches relatives à tout volet des services ou des produits livrables (les employés et sous-traitants seront attentifs aux besoins de la CCT et des autres intervenants clés dans le processus);
- c) présenter les produits livrables aux fins d'évaluation et d'approbation par la CCT;
- d) coordonner les activités nécessaires à la prestation des services;
- e) assurer la liaison et la coordination avec la CCT, ce qui comprend la présentation, aux deux semaines, de bilans;
- f) tenir une comptabilité précise.

C.2.3.3 La planification, l'organisation, la mise à disposition et l'acquisition de toutes les ressources en lien avec l'équipement, l'infrastructure et les fournisseurs pour satisfaire aux exigences opérationnelles nécessaires à la tenue de Canada Media Marketplace, et répondre aux besoins suivants :

- a) permettre une représentation adéquate de la CCT dans tout processus de

- sélection concernant des services;
- b) mener les négociations et attributions de contrat en ce qui a trait aux sites de l'événement pour la période 2016-2019;
- c) réserver les chambres d'hôtel pour les représentants des médias et les partenaires;
- d) s'occuper des détails liés au transport des médias d'autres villes américaines;
- e) planifier la logistique, les activités et les opérations sur place et hors-site, y compris le transport;
- f) retenir les services de fournisseurs de TI privilégiés pour préparer l'infrastructure technologique du site, entre autres pour ce qui est de l'équipement audiovisuel et de l'Internet sans fil;
- g) assurer la liaison avec les fournisseurs afin d'assurer la coordination de toutes les exigences techniques pour les activités de Canada Media Marketplace;
- h) produire et mettre en place les éléments créatifs et l'apparat de Canada Media Marketplace;
- i) fournir les services de sécurité à l'événement;
- j) orchestrer les services de traiteur, de décoration et de divertissement de l'événement;
- k) fournir les assurances pour l'événement;
- l) acquérir les panneaux de signalisation et autres affiches de marque pour l'événement et s'assurer de tout bien mettre en place;
- m) fournir les services de photographie et de vidéographie, selon les besoins.

C.2.3.4 La planification, la gestion et la production du programme de prix Northern Lights, ce qui comprend, sans s'y limiter :

- a) l'administration du programme, y compris la promotion de l'appel de candidatures, la réception des soumissions, la coordination du jury et la promotion des gagnants;
- b) la gestion des déplacements, des billets et des chambres d'hôtel;
- c) l'inscription en ligne des gagnants;
- d) la supervision de tous les aspects de la production et de la direction de la remise de prix.

## **C.2.4 Produits livrables clés**

C.2.4.1 Concevoir le plan d'action la tenue de Canada Media Marketplace, plan qui doit inclure :

- a) des données sur les marchés par rapport à l'innovation dans les salons interentreprises ainsi que des idées solides et audacieuses pour présenter du nouveau;
- b) un survol du programme, des événements et des activités, créé en collaboration avec la CCT et les intervenants clés;
- c) une stratégie de commandite conçue pour profiter aux commanditaires réguliers et aller chercher de nouvelles recettes de commandite;
- d) un plan de communication présentant les produits, les canaux, l'horaire de travail, l'échéancier pour la distribution et le processus d'approbation afin que la CCT puisse évaluer et approuver les projets comme il se doit;
- e) un plan détaillé pour les projets, dans lequel on trouvera les facteurs dont ils dépendent, les échéanciers et les chemins critiques pour veiller à ce que les événements et activités au programme se déroulent de façon coordonnée, efficace et efficiente;

- f) un plan de la conception et de la prestation du programme de Canada Media Marketplace, qui impliquera, quand il y a lieu, les employés de la CCT, ses commanditaires, ses fournisseurs et les autres intervenants clés;
- g) un budget de projet avec suffisamment de détails et de contenu pour démontrer que l'entrepreneur travaille selon une approche globale et économique;
- h) tous les produits livrables finaux, qui seront présentés en anglais (les traductions seront assurées par les ressources choisies par la CCT).

C.2.4.2 Produire un rapport postévénement en y incluant les éléments suivants :

- a) un survol des résultats de l'événement par rapport aux cibles établies;
- b) le nombre officiel de participants;
- c) les rapports des commanditaires;
- d) les résultats du sondage et leur analyse;
- e) un résumé des réussites, des innovations et des problèmes, accompagné de recommandations pour améliorer l'efficacité et la valeur de l'événement, le processus d'inscription, la qualité des médias, les activités au programme et les commandites.

C.2.4.3 Produire pour la CCT des rapports financiers en y incluant les éléments suivants :

- a) un compte rendu financier détaillant les profits et les pertes;
- b) des états financiers ayant fait l'objet d'une vérification par une tierce partie, aux frais de l'entrepreneur;
- c) les résultats du rapport du vérificateur, qui seront fournis à la CCT au besoin et sur demande.

## C.2.5 Responsabilités de la CCT

C.2.5.1 La CCT sera responsable des activités suivantes :

- a) former l'entrepreneur par rapport aux *Lignes directrices relatives à l'identité de la marque de la CCT*;
- b) fournir une orientation générale à l'entrepreneur et l'encadrer dans la réalisation des activités du projet;
- c) donner à l'entrepreneur retenu les informations et ressources pertinentes pour favoriser le bon déroulement des activités de gestion de l'événement;
- d) superviser l'approbation du plan de l'événement;
- e) donner l'approbation finale pour toutes les communications (texte sur le site Web, images sélectionnées, brochures, livrets, publipostages électroniques, etc.) avant la diffusion externe;
- f) examiner les documents financiers (comptes et livres) en lien avec les projets/l'événement;
- g) verser la rémunération à l'entrepreneur suivant la présentation des produits livrables convenus.

## C.2.6 Fournisseurs privilégiés

C.2.6.1 Il reviendra à la CCT de choisir le fournisseur de technologies de l'information qui assurera les services suivants :

- a) la conception, l'amélioration et la gestion du site Web de l'événement et de la version mobile du site, y compris la rédaction du contenu. Le site comprendra les fonctionnalités suivantes :
  - i) le paiement en ligne des inscriptions;

- ii) la coordination des rendez-vous;
- iii) les soumissions en ligne pour les prix Northern Lights;
- iv) les renseignements sur les voyages avant et après l'événement ainsi que les options de sélection;
- v) les renseignements sur les visites d'une journée ainsi que les options de sélection;
- vi) des photos (publiées pendant et après l'événement);
- vii) les photos et les biographies de tous les participants;
- viii) une salle de presse en ligne permettant aux médias et aux partenaires d'échanger sur une plateforme sécurisée.

### C.2.7 Objectifs de rendement

#### Participation

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Médias</b>	242	177	202		-	-	-	-
<b>Partenaires</b>	150	140	134		-	-	-	-

\* La CCT déterminera les objectifs selon la formule et le lieu de l'événement.

#### Recettes

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Inscriptions*</b>	414 175 \$	459 850 \$	387 372 \$	411 600 \$		-	-	-	-
<b>Commandites**</b>	123 000 \$	80 375 \$	167 105 \$	152 070 \$		167 000 \$	184 000 \$	202 000 \$	223 000 \$

\* La CCT déterminera les objectifs selon la formule et le lieu de l'événement.

\*\* Objectifs établis selon une augmentation annuelle d'environ 10 %

#### Satisfaction des partenaires

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Événement dans l'ensemble*</b>	-		75 %	77 %	79 %	81 %
<b>Qualité des médias**</b>	68 %		72 %	74 %	76 %	78 %

\* Pourcentage de partenaires qui trouvent l'événement « très bien » ou mieux

\*\* Pourcentage de partenaires qui trouvent que la qualité des médias est « très bien » ou mieux

### C.2.8 Responsabilités budgétaires

Conformément aux précisions fournies dans l'énoncé de travail ci-dessus, l'entrepreneur sera responsable du budget relatif aux éléments suivants, sans toutefois s'y limiter :

- les recettes provenant de la réservation de tables et des frais d'inscription;
- les recettes de commandites;
- les dépenses en lien avec les aspects suivants pour répondre aux besoins de la section C.2 :
  - les services de gestion de l'événement;
  - les chambres d'hôtel;
  - la restauration;
  - l'éclairage et la décoration;
  - la rétribution;
  - le transport des représentants des médias;
  - l'impression et la reproduction;
  - les fournisseurs tiers;
  - l'administration, y compris les tâches de bureau, les déplacements du personnel et les dépenses sur place.

La CCT sera responsable du budget relatif aux éléments suivants :

- le matériel d'exposition de la CCT et toute exigence particulière concernant l'équipement audiovisuel;
- le programme de perfectionnement professionnel;
- le travail postproduction suivant les prix Northern Lights;
- les déplacements du personnel de la CCT.

### **C.2.9 Autres précisions**

Les dépenses maximales pour Canada Media Marketplace sont de 600 000 \$ US par année.

Le lieu et l'hôtel de Canada Media Marketplace 2015 à New York sont déjà choisis et confirmés.

## SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS

---

Les critères impératifs doivent être entièrement satisfaits pour que les propositions soient évaluées.

### D.1 Critères impératifs : Carrefour GoMedia (événement A)

Q1. Le soumissionnaire doit avoir organisé cinq (5) événements interentreprises réussis au Canada. Répondez-vous à cette exigence? Veuillez préciser les cinq événements.

Réponse :

Oui

Non

Q2. Le soumissionnaire doit pouvoir offrir à la CCT et aux partenaires un service à la clientèle dans les deux langues officielles (français et anglais). Répondez-vous à cette exigence?

Réponse :

Oui

Non

### D.2 Critères impératifs : Canada Media Marketplace (événement B)

Q1. Le soumissionnaire doit avoir organisé cinq (5) événements interentreprises réussis aux États-Unis. Répondez-vous à cette exigence? Veuillez préciser les cinq événements.

Réponse :

Oui

Non

## **SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES SOUHAITÉS**

---

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, il doit inclure dans la réponse un renvoi aux documents annexés.

### **E.1 Exigences administratives (information seulement)**

Q1. Aux seules fins d'identification et d'information, 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 ou coentreprise);
- Situation géographique du siège social et de ses succursales;
- Personne-ressource principale pour la DDPN (nom, titre, numéro de téléphone et courriel).

**Réponse :**

Q2. Indiquez à titre de références trois (3) clients ayant des exigences semblables à celles décrites dans la présente DDPN pour l'événement A et/ou l'événement B et avec lesquels nous pourrions communiquer. Pour chaque référence, fournissez le nom de l'organisation, les coordonnées de la personne-ressource principale (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.

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

**Réponse :**

Q3. Veuillez fournir une liste d'événements que vous avez gérés dans les cinq (5) dernières années et qui démontrent votre capacité à effectuer le travail décrit à la section C.1 et/ou à la section C.2 de la présente DDPN.

**Réponse :**



## E.2 Exigences opérationnelles et techniques : Carrefour GoMedia Canada (événement A)

Q4. Sous-traitants – S’il y a lieu, veuillez indiquer les sous-traitants qui vous aideront à fournir les services décrits dans la présente DDPN en remplissant le formulaire « Déclaration des sous-traitants » (annexe 4) et en le soumettant à l’approbation de la CCT. L’approbation des sous-traitants est à l’entière discrétion de la CCT.

Il revient au soumissionnaire de superviser et de coordonner tout projet et/ou service assigné aux sous-traitants pour assurer la cohésion des services offerts à la CCT.

Indiquez les mesures de contrôle de la qualité et les processus de résiliation de contrat que vous avez mis en place, le cas échéant, pour vos sous-traitants.

**Réponse :**

Q5. Veuillez indiquer le chargé de compte et tous les membres clés de l’équipe que vous proposez pour gérer le compte de la CCT.

Incluez pour chaque membre un profil détaillant les habiletés et l’expérience pertinentes, l’éducation, les titres de compétences, les domaines d’expertise ainsi que les prix ou reconnaissances de l’industrie qui pourraient s’avérer pertinents.

Décrivez votre plan pour offrir à la CCT au moins le même niveau de service que vous promettez avec cette équipe advenant le départ du chargé de compte choisi.

**Réponse :**

Q6. Présentez trois (3) études de cas démontrant que votre entreprise excelle à :

1. planifier et trouver des commandites;
2. rechercher et utiliser des innovations et des pratiques exemplaires pour améliorer ses événements;
3. dépasser les attentes des partenaires et des médias par rapport aux services offerts.

Les études de cas doivent présenter le défi, le travail d’équipe requis pour trouver une solution, les grandes leçons tirées et les résultats mesurables. Chaque étude de cas doit compter au plus 1 000 mots.

**Réponse :**

Q7. En vous appuyant sur votre expertise en matière de marketing et de communications, expliquez comment vous comptez promouvoir l’événement, stimuler les inscriptions et faciliter les échanges efficaces entre médias et partenaires.

**Réponse :**

Q8. Décrivez l’approche qui vous permettra de trouver des commandites pour l’événement. Mettez l’accent sur les possibilités de commandite qui pourraient être créées et les commanditaires nouveaux et existants qui pourraient être ciblés, tout en détaillant votre plan d’action pour officialiser les commandites et répondre aux obligations en cette matière.

**Réponse :**

Q9. Décrivez comment vous comptez assurer une satisfaction élevée des partenaires et des médias à l'égard du service offert dans les deux langues officielles.

**Réponse :**

Q10. Expliquez votre approche en matière de gestion de projets, y compris l'organisation du travail, les communications, la gestion du budget et l'atténuation des risques. Expliquez aussi vos plans d'action en cas de dérive des objectifs, et présentez vos outils de gestion de projets ainsi que le service à la clientèle que vous offrez.

**Réponse :**

Q11. Démontrez que vous avez l'expertise nécessaire en matière de relations avec les médias et de relations publiques pour gérer les activités en lien avec les médias, y compris le maintien d'une base de données des médias, l'élaboration d'un programme de prix pour les médias et la production de galas.

**Réponse :**

### **E.3 Exigences opérationnelles et techniques : Canada Media Marketplace (événement B)**

Q12. Sous-traitants – S'il y a lieu, veuillez indiquer les sous-traitants qui vous aideront à fournir les services décrits dans la présente DDPN en remplissant le formulaire « Déclaration des sous-traitants » (annexe 4) et en le soumettant à l'approbation de la CCT. L'approbation des sous-traitants est à l'entière discrétion de la CCT.

Il revient au soumissionnaire de superviser et de coordonner tout projet et/ou service assigné aux sous-traitants pour assurer la cohésion des services offerts à la CCT.

Indiquez les mesures de contrôle de la qualité et la procédure de règlement des différends que vous avez mises en place, le cas échéant, pour vos sous-traitants.

**Réponse :**

Q13. Veuillez indiquer le chargé de compte et tous les membres clés de l'équipe que vous proposez pour gérer le compte de la CCT.

Incluez pour chaque membre un profil détaillant les habiletés et l'expérience pertinentes, l'éducation, les titres de compétences, les domaines d'expertise ainsi que les prix ou reconnaissances de l'industrie qui pourraient s'avérer pertinents.

Décrivez votre plan pour offrir à la CCT au moins le même niveau de service que vous promettez avec cette équipe advenant le départ du chargé de compte choisi.

**Réponse :**

Q14. Présentez trois (3) études de cas démontrant que votre entreprise excelle à :

1. planifier et trouver des commandites;
2. rechercher et utiliser des innovations et des pratiques exemplaires pour améliorer ses événements;
3. dépasser les attentes des partenaires et des médias par rapport aux services offerts.

Les études de cas doivent présenter le défi, le travail d'équipe requis pour trouver une solution, les grandes leçons tirées et les résultats mesurables. Chaque étude de cas doit compter au plus 1 000 mots.

**Réponse :**

Q15. En vous appuyant sur votre expertise en matière de marketing et de communications, expliquez comment vous comptez promouvoir l'événement, stimuler les inscriptions et faciliter les échanges efficaces entre médias et partenaires.

**Réponse :**

Q16. Décrivez l'approche qui vous permettra de trouver des commandites pour l'événement. Mettez l'accent sur les possibilités de commandite qui pourraient être créées et les commanditaires nouveaux et existants qui pourraient être ciblés, tout en détaillant votre plan d'action pour officialiser les commandites et répondre aux obligations en cette matière.

**Réponse :**

Q17. Décrivez comment vous comptez assurer une satisfaction élevée des partenaires et des médias à l'égard du service offert.

**Réponse :**

Q18. Expliquez votre approche en matière de gestion de projets, y compris l'organisation du travail, les communications, la gestion du budget et l'atténuation des risques. Expliquez aussi vos plans d'action en cas de dérive des objectifs, et présentez vos outils de gestion de projets ainsi que le service à la clientèle que vous offrez.

**Réponse :**

Q19. Démontrez que vous avez l'expertise nécessaire en matière de relations avec les médias et de relations publiques pour gérer les activités en lien avec les médias américains, y compris le maintien d'une base de données des médias, l'élaboration d'un programme de prix pour les médias et la production de galas.

**Réponse :**

## SECTION F – TARIFICATION

---

Le soumissionnaire doit fournir sa proposition de tarification dans un fichier distinct de la réponse à la DDPN. Dans la proposition en question, veuillez mentionner le numéro et le titre de la DDPN, ainsi que les renseignements sur votre entreprise.

Les soumissionnaires sont invités à présenter le meilleur rapport qualité-prix, tout en tenant compte de l'ensemble des exigences de la présente DDPN énoncées à la section E.

Au moment d'évaluer le barème des tarifs proposé, 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. Cela pourrait également comprendre les coûts de transition, de migration ou d'intégration que la CCT devrait s'attendre à assumer. Il ne doit y avoir aucun coût caché que la CCT risquerait de constater seulement à l'échéance du contrat.

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

Tous les tarifs doivent être indiqués en dollars **canadiens**, taxes en sus. Vous devez déclarer tous les coûts ou dépenses supplémentaires nécessaires à la prestation des services.

#### F.1.1 Détails de la tarification proposée : Carrefour GoMedia Canada (événement A)

Le budget pour le Carrefour GoMedia doit comprendre trois (3) volets : les recettes des inscriptions, les recettes des commandites obtenues par l'entrepreneur et la rémunération annuelle de l'entrepreneur versée par la CCT. Veuillez indiquer la rémunération annuelle que vous demandez pour organiser le Carrefour GoMedia (événement A), conformément à l'énoncé de travail de la section C.1, pour les années suivantes :

Année	2015	2016	2017	2018	2019
Rémunération annuelle					

#### F.1.2 Détails de la tarification proposée : Canada Media Marketplace (événement B)

Le budget pour Canada Media Marketplace (événement B) doit comprendre trois (3) volets : les recettes des inscriptions, les recettes des commandites obtenues par l'entrepreneur et la rémunération annuelle de l'entrepreneur versée par la CCT. Veuillez indiquer la rémunération annuelle que vous demandez pour organiser Canada Media Marketplace (événement B), conformément à l'énoncé de travail de la section C.2, pour les années suivantes :

Année	2015	2016	2017	2018	2019
Rémunération annuelle					

## **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 Rabais sur les paiements : Carrefour GoMedia Canada (événement A). Indiquez vos modalités de paiement et expliquez tout rabais pour paiement hâtif offert à la CCT.

F.2.2 Rabais sur les paiements : Canada Media Marketplace (événement B). 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 Stratégies de tarification : Carrefour GoMedia Canada (événement A). Veuillez indiquer toute autre stratégie de tarification dont votre entreprise serait prête à discuter avec la CCT.

F.3.2 Stratégies de tarification : Canada Media Marketplace (événement B). Veuillez indiquer toute autre stratégie de tarification dont votre entreprise serait prête à discuter avec la CCT.

## **SECTION G – EXIGENCES RELATIVES AUX PRÉSENTATIONS OU DÉMONSTRATIONS**

### **G.1 Exigences relatives aux présentations ou démonstrations**

Les présentations auront lieu à cette adresse :

Siège social de la CCT  
1055, rue Dunsmuir, bureau 1400  
Vancouver (Colombie-Britannique) V7X 1L3

Tous les coûts associés à la présentation sont assumés par le soumissionnaire.

#### **G.1.1 Exigences relatives aux présentations ou démonstrations : Carrefour GoMedia Canada (événement A)**

Les soumissionnaires qui figurent sur la liste restreinte devront donner une présentation de 75 minutes :

- 15 minutes pour l'introduction;
- 30 minutes pour la présentation;
- 30 pour la période de questions.

Les présentations doivent être faites par le personnel de gestion proposé pour l'événement, et non par des agents des ventes. Les soumissionnaires peuvent avoir à présenter les points suivants :

- des études de cas portant sur les commandites, l'innovation et le service à la clientèle;
- des plans pour promouvoir l'événement, stimuler les commandites et dépasser les attentes des partenaires et des médias;
- leur approche en matière de gestion de projets;
- leur expertise en matière de relations avec les médias et de relations publiques.

#### **G.1.2 Exigences relatives aux présentations ou démonstrations : Canada Media Marketplace (événement B)**

Les soumissionnaires qui figurent sur la liste restreinte devront donner une présentation de 75 minutes :

- 15 minutes pour l'introduction;
- 30 minutes pour la présentation;
- 30 pour la période de questions.

Les présentations doivent être faites par le personnel de gestion proposé pour l'événement, et non par des agents des ventes. Les soumissionnaires peuvent avoir à présenter les points suivants :

- des études de cas portant sur les commandites, l'innovation et le service à la clientèle;
- des plans pour promouvoir l'événement, stimuler les commandites et dépasser les attentes des partenaires et des médias;
- présenter l'approche en matière de gestion de projets;
- présenter l'expertise en matière de relations avec les médias et de relations publiques.

## SECTION H – CONDITIONS ET PROCESSUS RELATIFS À LA DDPN

---

### H.1 Échéancier du processus de DDPN

Voici l'échéancier du processus de sélection des soumissionnaires :

Déclaration de l'intention de soumettre une proposition	Le 20 décembre 2013 à 14 h (HP)
Date limite de réception des questions	Le 8 janvier 2014 à 14 h (HP)
Date et heure limites	Le 17 janvier 2014 à 14 h (HP)
Présentations des soumissionnaires présélectionnés (au besoin)	La semaine du 17 février 2014
Négociations parallèles	10 jours ouvrables suivant l'avis de la CCT
Avis : La CCT s'efforcera de faire part de son choix à tous les soumissionnaires, retenus ou non, autour de cette date :	Le 15 avril 2014
Période de négociation du contrat	60 jours ouvrables 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 DDPN

Si un soumissionnaire se questionne sur le sens d'une partie de la présente DDPN quelle qu'elle soit 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 DDPN.

Il incombe au soumissionnaire de bien comprendre les exigences de la DDPN. 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 DDPN ou les exigences qui y sont décrites. La CCT ne sera pas liée par les renseignements ou les énoncés provenant d'une personne autre que l'autorité contractante désignée, et le soumissionnaire accepte de ne pas se fier à de tels renseignements ou énoncés.

Toute communication avec des personnes non autorisées ou toute tentative visant à influencer les résultats du processus en communiquant avec 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 exclue de demandes de propositions ultérieures.

### H.4 Exactitude des renseignements

Bien que le contenu de la présente DDPN et les références au contenu d'autres documents aient été préparés et rédigés de bonne foi, la CCT ne fait aucune assertion et n'offre aucune garantie quant à leur exactitude ou à leur exhaustivité. La CCT peut modifier certains éléments en tout temps si les circonstances opérationnelles l'exigent.

### H.5 Modifications

La CCT peut apporter des modifications à la DDPN pour y intégrer des renseignements, des instructions, des changements ou des questions et réponses. Si la présente DDPN est publiée sur le site Web [Achatsetventes.gc.ca](http://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 déclaré leur intention de soumettre une proposition.

La CCT peut, à sa discrétion, publier des modifications apportées à la DDPN sur Achatsetventes avant la date limite; il revient au soumissionnaire de consulter régulièrement Achatsetventes pour se tenir au courant. Les modifications peuvent contenir des renseignements importants, dont des changements majeurs apportés à la DDPN. Le soumissionnaire est responsable de lire toutes les modifications et de confirmer qu'il en a tenu compte dans sa proposition (voir annexe 3).

#### **H.6 Modification et retrait**

La CCT accepte qu'une proposition déjà présentée soit modifiée ou retirée, à condition de recevoir les modifications ou l'avis de retrait par courriel avant la date limite. Les modifications ou renseignements reçus après la date 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 la date 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 de sa proposition, à sa participation à la DDPN, aux éventuelles présentations ou démonstrations connexes et à la négociation du contrat qui pourrait s'ensuivre; la CCT ne lui remboursera aucun de ces coûts. Le soumissionnaire assume en outre tous les risques liés à ces coûts. En participant à la présente DDPN, le soumissionnaire convient de décharger la CCT de toute responsabilité relative à ces risques.

#### **H.9 Langues**

Le soumissionnaire peut déposer sa proposition en français ou en anglais. Le présent processus de DDPN 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. Les soumissionnaires ne doivent 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. Pendant les négociations, la CCT pourrait demander des renseignements supplémentaires au soumissionnaire pour vérifier, éclaircir ou compléter les renseignements fournis dans la proposition ou pour confirmer les conclusions tirées lors de l'évaluation. Elle pourrait aussi demander au soumissionnaire d'offrir un meilleur prix.

Négociations parallèles : Les soumissionnaires ayant obtenu les meilleures notes à l'évaluation seront invités à négocier un contrat avec la CCT. La CCT compte mener les négociations dans le délai de la période de négociation.

À tout moment pendant la période de négociation, la CCT peut choisir de mettre fin unilatéralement aux processus de négociation d'un ou plusieurs contrats. La sélection finale d'un ou de plusieurs soumissionnaires sera déterminée une fois que la CCT aura reçu les meilleures offres définitives. La sélection finale sera fondée sur le meilleur rapport qualité-prix pour la CCT. 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 DDPN aboutit à la négociation et à l'attribution d'un contrat :

- i. cet accord prendra effet dès sa signature par les représentants dûment autorisés de la CCT et du soumissionnaire retenu;
- ii. il pourra comprendre, notamment, les conditions 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 font partie du groupe de soumissionnaires présélectionnés, 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, par exemple le fait : 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 DDPN avec toute personne non autorisée; d'agir de manière à nuire à la capacité d'un autre soumissionnaire de présenter une 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 d'une manière qui nuit à l'intégrité du processus de DDPN ou qui peut en donner l'impression (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 DDPN.

#### **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 du présent projet.

#### **H.15 Confidentialité**

La CCT reconnaît la nature confidentielle de l'information pouvant être fournie en réponse à la présente DDPN. Le soumissionnaire doit indiquer clairement les parties de sa proposition 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 DDPN 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 DDPN.

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 DDPN 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 certifie 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 DDPN et tout accord subséquent 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 cette province ainsi qu'aux lois fédérales applicables.

**H.19 Indemnités**

Le soumissionnaire est responsable des réclamations, des pertes ou des dommages qui pourraient découler d'erreurs, d'omissions ou de négligence de sa part ou de celle de ses employés ou agents associés au présent processus de DDPN 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;

H20.2 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 DDPN;
- 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 DDPN 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 DDPN;

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

H.20.7 d'entamer 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 DDPN 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 de conclure un contrat avec plus d'un d'entre eux pour répondre aux exigences de la présente DDPN;

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

## **SECTION I : LISTE DES ANNEXES**

---

<b>ANNEXE</b>	<b>TITRE DU DOCUMENT</b>	<b>PAGES</b>
1	Formulaire d'attestation du soumissionnaire	1
2	Formulaire de déclaration des faits importants	1
3	Modifications	1
4	Déclaration des sous-traitants	1
5	Conditions générales du contrat	1

---

## **ANNEXE 1 – FORMULAIRE D’ATTESTATION DU SOUMISSIONNAIRE**

Le soumissionnaire certifie que les renseignements fournis dans sa proposition sont exacts et déclare être un signataire dûment autorisé ayant la capacité de lier son entreprise aux dispositions contenues dans la présente. En apposant sa signature ci-après, le soumissionnaire reconnaît expressément avoir lu, compris et accepté les modalités de la présente DDPN.

Signé ce \_\_\_\_\_ jour du mois de \_\_\_\_\_ 2014

Signature autorisée :

Nom (en caractères d'imprimerie) :

Titre du poste :

Nom de l'entreprise :

Ville :

Adresse :

Numéro de téléphone :

Numéro de télécopieur :

Adresse courriel :

## **ANNEXE 2 – FORMULAIRE DE 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.
- Oui, nous avons au moins un fait important à déclarer; voir la déclaration ci-jointe.

### **ANNEXE 3 – MODIFICATIONS**

---

Le cas échéant, veuillez confirmer avoir lu les documents relatifs aux modifications apportées à la présente DDPN et tenu compte de ces modifications dans votre proposition. Prière d'indiquer les modifications pertinentes pour votre proposition, le cas échéant.

N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		

## **ANNEXE 4 – DÉCLARATION DES SOUS-TRAITANTS**

---

- Les biens et services énoncés dans la présente proposition proviendront uniquement de l'entreprise nommée à l'annexe 1 (« Formulaire d'attestation du soumissionnaire »).
- Nous ferons appel à des sous-traitants pour fournir les biens et services énoncés dans la présente proposition.

Voici les entreprises qui seront engagées en sous-traitance pour contribuer à la prestation des services proposés.

Nom :

Personne-ressource :

Titre :

Numéro de téléphone :

Numéro de télécopieur :

Adresse courriel :

Adresse :

Ville :

Province :

Code postal :

Description des services fournis par cette entreprise :

Proportion des services fournis par le sous-traitant : \_\_\_\_ %



## **ANNEXE 5 – CONDITIONS GÉNÉRALES DU CONTRAT**

---

Les conditions générales suivantes pourraient être inscrites dans tout contrat conclu avec la CCT par suite de la présente DDPN. 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 DDPN;
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 d'une 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 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, entre autres;
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 doit 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.