



Commission canadienne
du tourisme

Canadian Tourism
Commission

Demande de propositions avec négociations

Titre du concours :	Consultant en paiement au clic, en référencement et en médias sociaux
Numéro du concours :	CCT-2013-NK-02
Date et heure limites :	15 janvier 2014, 14 h – heure du Pacifique (HP)
Autorité contractante :	Nathan King 604-638-8343 procurement@ctc-cct.ca

Remarque : Le présent document ne peut être ni 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

Cette demande de propositions avec négociations (la « DDPN ») a pour objet de sélectionner un ou plusieurs soumissionnaires à titre de consultant(s) en paiement au clic, en référencement et en médias sociaux pour assurer la gestion des campagnes payantes de marketing par moteurs de recherche et par médias sociaux, ainsi que la formulation de recommandations fondées sur des données afin de permettre à la CCT de mieux choisir les canaux, les plateformes et le contenu qui l'aideront à acquérir une part de voix en ligne valable répondant efficacement à ses objectifs. Vous trouverez les exigences détaillées dans l'énoncé de travail (section C).

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 elle juge que la proposition répond le mieux 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) 45 %

Les propositions seront évaluées selon les critères souhaités, indiqués à la section E. Les propositions qui obtiennent au moins 27 % (60 % de 45 % – 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 limiter les évaluations subséquentes à un maximum de quatre (4) des soumissionnaires les mieux classés (les « soumissionnaires présélectionnés »). Seuls les soumissionnaires présélectionnés passeront à l'étape de la présentation.

B.2.3 Présentations ou démonstrations (section G) 25 %

TOTAL 100 %

B.2.4 Négociations

La CCT compte mener des négociations subséquentes avec le ou les soumissionnaires ayant obtenu les meilleurs résultats, conformément aux dispositions de la section H.10 – Attribution du contrat.

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 15 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 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 jusqu'au 7 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

Toutes les propositions, les déclarations d'intention et les questions doivent être envoyées par courriel à procurement@ctc-cct.ca, et l'objet du courriel doit comporter la mention « **DDPN CCT-2013-NK-02, Consultant en paiement au clic, en référencement et en médias sociaux – CONFIDENTIEL** ». Indiquez aussi dans chaque message les éléments suivants :

- Nom de l'entreprise;
- Nom et titre de la personne-ressource;
- Numéro de téléphone, de cellulaire et de télécopieur, et 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 8 Mo). Dans son premier courriel, le soumissionnaire doit alors 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.

Veillez 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 de l'entrepreneur

La CCT tient à favoriser et à entretenir des relations solides et positives avec ses entrepreneurs afin de veiller au maintien des services essentiels ainsi qu'à l'obtention du meilleur rapport qualité-prix et des meilleurs avantages économiques pour l'ensemble de l'organisation. Ainsi, pendant la durée de tout accord éventuel, le rendement de l'entrepreneur pourrait être évalué par des mesures clés de rendement.

Tout entrepreneur dont le rendement s'avérerait ou se serait avéré faible au cours de l'exécution d'un accord courant ou précédent pourrait être considéré comme un soumissionnaire non qualifié, et sa proposition pourrait être rejetée. La CCT se réserve le droit d'exercer cette option selon ce qu'elle jugera approprié ou nécessaire.

SECTION C – ÉNONCÉ DE TRAVAIL

C.1 Contexte

La CCT est un organisme national de marketing touristique. Notre vision consiste à inviter le monde entier à explorer le Canada. Pour ce faire, nous tâchons de présenter une image attrayante et cohérente du pays sur le marché du tourisme international. Au moyen d'une marque touristique, nous pouvons inciter les voyageurs à venir visiter le pays en stimulant leur imagination et en faisant appel à leurs émotions. C'est exactement ce que fait la marque Canada. Explorez sans fin (la « marque Canada »). Elle reflète l'authenticité et le caractère accueillant des Canadiens, tout en mettant l'accent sur un fort sentiment d'appartenance. Cette marque motive et incite les voyageurs à voir le Canada comme un endroit où ils pourront vivre quelque chose d'extraordinaire. La CCT dirige les efforts de marketing touristique du Canada en utilisant quatre canaux commerciaux : les relations avec les médias, les professionnels des voyages, les consommateurs et les événements d'affaires, et ce, dans les marchés étrangers et les segments de consommateurs offrant le meilleur potentiel de rendement du capital investi.

Notre stratégie actuelle vise les voyageurs du Canada et ceux des onze marchés géographiques suivants :

Royaume-Uni	États-Unis	Inde
Australie	Allemagne	Corée du Sud
Mexique	France	Japon
Brésil	Chine	

La CCT fait la promotion du Canada sur tous les canaux et toutes les plateformes (que ce soit à titre de propriétaire ou d'utilisateur de fonctions gratuites ou payantes), et elle le fait aussi directement auprès des consommateurs et par le biais d'activités interentreprises. La CCT recherche donc un ou plusieurs entrepreneurs efficaces, innovateurs, créatifs, se fondant sur les données et soucieux de convertir les clients potentiels en clients réels, qui ont une bonne connaissance et une bonne expérience de tous les canaux de marketing et de toutes les tactiques connexes, afin qu'ils puissent :

- Élaborer et gérer des campagnes payantes efficaces dans les marchés (par le biais des moteurs de recherche et des plateformes de médias sociaux), pour le compte et sous la direction de la CCT;
- Aider la CCT à accroître sa part de voix dans les médias numériques, conformément à ses objectifs, en lui indiquant où il serait le plus efficace de diffuser son contenu en ligne;
- Guider la CCT dans ses efforts de marketing de contenu en formulant des recommandations et en concevant des stratégies fondées sur les conclusions tirées des données obtenues.

C.2 Portée des services

Le ou les entrepreneurs doivent être en mesure de fournir l'ensemble des services décrits ci-dessous dans tous les marchés énoncés à la section C.1. De plus, ils doivent pouvoir compter sur des professionnels de la langue locale dans tous les marchés pour pouvoir effectuer le travail demandé. Pour le moment, le marché chinois n'est qu'une exigence optionnelle, puisque ces services ne sont pas encore requis pour la Chine, mais les perspectives de la CCT à cet égard pourraient changer ultérieurement.

C.2.1 Campagnes de marketing payant par moteurs de recherche

Le ou les entrepreneurs doivent élaborer, exécuter et optimiser des campagnes payantes sur tous les moteurs de recherche et toutes les plateformes, y compris les plateformes de

médias sociaux (YouTube, Facebook, etc.) ou les plateformes axées sur les recherches (ex. : plateformes de ciblage des recherches).

C.2.2 Part de voix valable dans les médias numériques

Le ou les entrepreneurs doivent utiliser divers outils et diverses ressources pour augmenter la part de voix de la CCT sur les plateformes numériques, ce qui comprend entre autres le ou les sites Web liés à sa marque, ses canaux de médias sociaux et les canaux extérieurs à la CCT. Le ou les entrepreneurs doivent utiliser les éléments suivants, entre autres outils et moyens, pour déterminer le contenu et les sources qui conviennent le mieux à chaque marché et à chaque plateforme de médias numériques :

- analytique Web;
- données de page (métadonnées de référencement);
- outils d'écoute;
- mot-clé prédictif;
- analyse concurrentielle;
- médias payants.

Le ou les entrepreneurs doivent fournir des rapports complets et fréquents pour contribuer à orienter la stratégie de contenu de la CCT. Ces rapports éclairants, à l'utilité concrète, doivent pouvoir servir de ressource cruciale pour trouver, rédiger, optimiser et diffuser du contenu qui stimulera la notoriété du Canada, la participation du public cible et la conversion des voyageurs. Ces rapports doivent aussi contribuer à déterminer les plateformes de médias numériques répondant le plus efficacement aux objectifs de la CCT.

C.2.3 Analytique numérique

Le ou les entrepreneurs doivent explorer, corrélérer et analyser de multiples sources de données, entre autres en ce qui concerne l'analytique des médias sociaux, du marketing payant par moteurs de recherche, du Web et de la situation concurrentielle, afin de fournir à la CCT des rapports éclairants et concrètement utiles, aussi bien de façon planifiée que de façon ponctuelle. Ces rapports doivent aider la CCT à effectuer le travail mentionné aux points C.2.1 et C.2.2.

C.2.4 Publicité au moyen d'annonces

À titre d'exigence optionnelle, le ou les entrepreneurs doivent avoir de l'expérience dans la planification et l'exécution de campagnes de publicité au moyen d'annonces et dans l'établissement de rapports connexes, ainsi que de l'expérience dans les enchères en temps réel.

C.3 Tâches et éléments livrables

C.3.1 Gestion de campagnes de marketing payant par moteurs de recherche

Le ou les entrepreneurs doivent planifier, exécuter et gérer des campagnes payantes axées sur des mots-clés, et établir des rapports connexes; ces campagnes doivent porter sur tous les types d'appareils et toutes les plateformes, notamment les portails de recherche, le Réseau Display de Google, les plateformes de médias sociaux et les plateformes de ciblage des recherches.

Exigences, entre autres :

- Élaborer des stratégies de marketing payant par moteurs de recherche;
- Effectuer des recherches de mots-clés et des activités d'optimisation des mots-clés dans tous les marchés;
- Créer des textes et des groupes d'annonces;

- Gérer toutes les campagnes utilisant les moteurs de recherche principaux dans tous les marchés où la CCT exerce ses activités (sans se limiter aux recherches sur les portails) et optimiser régulièrement les campagnes;
- S'occuper de l'optimisation des pages de renvoi;
- Établir les indicateurs clés de rendement (ICR) et les tableaux de bord pour les campagnes;
- Être en mesure de remanier en l'espace de 24 h des campagnes axées sur des mots-clés, dans tous les marchés de la CCT, afin de saisir les occasions qui se présentent.

C.3.2 Accroître la part de voix valable de la marque Canada sur les plateformes de médias numériques

Le ou les entrepreneurs doivent aider la marque Canada à accroître sa part de voix valable dans le monde numérique. L'incidence de l'entrepreneur ou des entrepreneurs sur l'augmentation de la part de voix valable se reflétera par le niveau d'activité et les conversions, à petite ou à grande échelle, sur les canaux et les plateformes désignés (entre autres, les sites Web et canaux de médias sociaux appartenant à la CCT). Le travail réalisé par le ou les entrepreneurs et les résultats en découlant renseigneront la CCT sur le public touché par ses contenus, et sur les types de contenu qui suscitent le plus de participation, de recommandations et de conversion sur les canaux de médias sociaux.

Exigences, entre autres :

- Effectuer des recherches de mots-clés faisant le lien avec le marketing payant par moteurs de recherche et le marketing payant par les médias sociaux et intégrant ceux-ci;
- Effectuer une analyse concurrentielle de mots-clés;
- Recommander des techniques d'optimisation de page;
- Déterminer les occasions de création de liens;
- Établir des bases de référence, des indicateurs clés de rendement et un tableau de bord en fonction des objectifs de la CCT;
- Déterminer le contenu et les publics qui stimulent la participation et les recommandations de la marque Canada sur les plateformes de médias sociaux et sur Internet en général;
- Guider la CCT dans la diffusion groupée des ressources et la stimulation des recommandations. Il s'agirait plus précisément d'informer la CCT des ressources à diffuser de façon groupée, ou des endroits où il faudrait effectuer ce genre de diffusion pour rendre la marque Canada plus visible sur Internet, de façon à accroître la participation du public.

C.3.3 Analytique numérique

Le ou les entrepreneurs doivent avoir de l'expérience dans l'utilisation de divers logiciels d'analytique (outils portant sur les recherches, les médias sociaux et l'écoute) pour des sources multiples de données, entre autres les médias sociaux, le Web et le marketing par moteurs de recherche, et d'analyser ces sources de données pour fournir à la CCT des recommandations statistiquement valides lui permettant d'agir concrètement en ce qui concerne son utilisation de médias payants et sa part de voix. Le ou les entrepreneurs doivent avoir de l'expérience avec la modélisation d'attribution, l'analyse prédictive et la mesure des conversions dans l'industrie du tourisme.

- Suivre, comparer et analyser le rendement;
- Fournir des renseignements éclairants, à l'utilité concrète, dans des rapports réguliers ou ponctuels.

C.3.4 Publicité au moyen d'annonces

Le ou les entrepreneurs doivent avoir de l'expérience dans les plans de médias et les achats d'annonces, y compris de l'expérience concrète dans l'utilisation de plateformes d'enchères en temps réel pour les publicités liées au trafic, et dans l'analyse du rendement sur ces plateformes.

C.4 Horaire

Le travail dépend des budgets dans chaque marché étranger, pour l'ensemble des campagnes et des initiatives. Le principal point de contact de l'entrepreneur ou des entrepreneurs sera le siège social de la CCT, situé à Vancouver, en Colombie-Britannique. Le ou les entrepreneurs doivent être en mesure d'assurer le service à la clientèle destiné au siège social de la CCT de 9 h à 17 h (heure du Pacifique), tout en répondant aux besoins des marchés étrangers.

C.5 Rôles et responsabilités

C.5.1 Entrepreneur

Le ou les entrepreneurs doivent travailler avec divers services du siège social de la CCT et des différents bureaux dans les marchés étrangers (marketing électronique, marketing, médias sociaux, marque, contenu et recherche), ainsi qu'avec tout autre entrepreneur désigné par la CCT, par exemple : agents généraux des ventes, agences d'achat d'espace publicitaire, agences Web, agences de création, agences de médias sociaux ou responsables de développement Web et de la mise en œuvre de solutions d'analytique.

C.5.2 CCT

La CCT se charge de ce qui suit :

- Développement des ressources;
- Stratégie de la marque;
- Mise en œuvre de solutions d'analytique;
- Développement Web;
- Approbation de tout texte créé par le ou les entrepreneurs.

SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS

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

D.1 Critères impératifs

- Q1. Le soumissionnaire doit démontrer qu'il a acquis une expérience éprouvée, au cours des deux dernières années, dans l'élaboration, la gestion et l'optimisation de campagnes payantes dans différentes langues à la fois, avec les moteurs de recherche ou plateformes ci-dessous.

Remplissez le tableau suivant pour montrer que vous respectez cette exigence.

Moteurs de recherche/plateformes	Précisions sur l'expérience	
	Nom du client	Date de la campagne
Naver		
Yahoo		
Yahoo – Japon		
Bing		
Google		
Facebook		
Twitter		
YouTube		

- Q2. Le soumissionnaire doit démontrer qu'il a une expérience éprouvée dans le recours à des professionnels de la langue locale en matière de paiement au clic et de médias sociaux, plus précisément dans les langues suivantes.

Français (France)	Coréen (Corée du Sud)	Français (Canada)
Anglais (Australie)	Espagnol (Mexique)	Anglais (Canada)
Anglais (Royaume-Uni)	Allemand (Allemagne)	Portugais (Brésil)
Anglais (Inde)	Japonais (Japon)	

Fournissez les précisions nécessaires pour démontrer que vous respectez cette exigence. La longueur de la réponse ne doit pas dépasser une (1) page.

- Q3. Le soumissionnaire doit avoir une solide expérience de l'utilisation de Google Analytics et d'Adobe SiteCatalyst aux fins d'établissement de rapports à l'utilité concrète. Respectez-vous cette exigence?

Réponse :

Oui

Non

- Q4. Le soumissionnaire doit avoir une solide expérience de l'utilisation d'outils d'analyse des médias sociaux aux fins d'établissement de rapports à l'utilité concrète. Respectez-vous cette exigence?

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)

- Q5. 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 :

- Q6. Indiquez à titre de références trois clients ayant des exigences semblables à celles décrites dans la présente DDPN 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 :

E.2 Exigences opérationnelles et techniques

- Q7. Fournissez l'organigramme de l'équipe proposée au regard de la section C – Énoncé de travail. Donnez des renseignements sur les professionnels de la langue locale pour tous les éléments livrables de chacun des marchés étrangers où la CCT exerce ses activités. De plus, assurez-vous que votre réponse comprend les renseignements suivants à propos des membres de votre équipe proposée : leurs rôles et responsabilités, leur situation géographique, et la façon dont ils communiquent ensemble et collaborent pour effectuer ce travail.

Réponse :

- Q8. En lien avec votre réponse à la Q7, fournissez des précisions sur les travaux similaires que l'équipe proposée a déjà effectués. Si votre proposition comprend le recours à un ou plusieurs sous-traitants, veuillez préciser leur rôle dans l'exécution de ce travail.

Réponse :

- Q9. Décrivez les outils d'enchères que vous utilisez pour gérer les campagnes payantes (enchères et comptes rendus) et la mesure dans laquelle vous permettez à vos clients d'accéder à

ces outils.

Réponse :

Q10. Combien d'argent votre plus gros client et votre dixième client en importance dépensent-ils par mois et par marché pour le marketing payant par moteurs de recherche?

Réponse :

Q11. Combien d'argent votre plus gros client et votre dixième client en importance dépensent-ils par mois et par marché pour le marketing sur Facebook?

Réponse :

Q12. Quel pourcentage de votre clientèle l'industrie du tourisme représente-t-elle? Avez-vous de l'expérience de travail avec des organismes de marketing de destination? Si oui, fournissez les renseignements pertinents au regard de la section C – Énoncé de travail.

Réponse :

Q13. En vous référant à l'étude de cas présentée à l'annexe 6, élaborer un plan de marketing payant par moteurs de recherche et par médias sociaux pour répondre à l'objectif opérationnel déterminé par la CCT, conformément aux exigences décrites à la section C – Énoncé de travail. Précisez les échéances dans votre réponse. Maximum de 1 500 mots.

Réponse :

Q14. Exemple de travail pour un client : Fournissez un exemple où votre entreprise a recommandé et mis en œuvre pour un client une solution novatrice qui a donné des résultats quantifiables. Cet exemple doit montrer votre capacité d'explorer différentes sources de données et de formuler des recommandations concrètement utiles. L'exemple fourni doit avoir un lien avec la section C – Énoncé de travail. Votre réponse doit décrire précisément les stratégies et les outils utilisés, ainsi que le résultat final obtenu pour le client. Maximum de 1 500 mots.

Réponse :

Q15. Décrivez votre approche à l'égard de l'analytique des médias sociaux. Fournissez des précisions sur la stratégie et les outils que votre entreprise utilise. Effectuez-vous ce travail à l'interne, ou en attribuez-vous une partie en sous-traitance?

Réponse :

Q16. Quels processus établirez-vous pour vous assurer que l'écoute des médias sociaux débouche facilement sur des actions concrètes et permette d'éclairer nos campagnes de marketing payant?

Réponse :

Q17. Quels changements avez-vous apportés à vos façons de faire au cours des deux dernières années pour vous assurer d'employer les pratiques exemplaires de l'industrie et de toujours dépasser les attentes de vos clients? Fournissez vos trois meilleurs exemples en lien avec un travail effectué pour votre clientèle.

Réponse :

Q18. Traitez d'un certain nombre de difficultés potentielles, d'occasions et de besoins spéciaux que vous avez constatés en menant des campagnes payantes et en cherchant à accroître leur part de voix sur :

- a) Naver en Corée du Sud;
- b) Yahoo Japon;
- c) YouTube.

Fournissez s'il y a lieu des exemples de travail effectué pour votre clientèle.
Maximum de 500 mots par plateforme.

Réponse :

Q19. Votre entreprise est-elle en mesure de fournir du soutien à la clientèle de 9 h à 17 h, heure du Pacifique, pour appuyer le siège social de la CCT?

Réponse :

Oui Non

Q20. 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 :

Q21. Démontrez que, au cours des deux dernières années, vous avez acquis une expérience éprouvée dans l'élaboration, la gestion et l'optimisation de campagnes payantes menées simultanément dans différentes langues, avec les moteurs de recherche ou plateformes ci-dessous.

Remplissez le tableau suivant pour montrer que vous respectez cette exigence.

Moteurs de recherche/plateformes	Précisions sur l'expérience	
	Nom du client	Date de la campagne
Baidu		

Traitez d'un certain nombre de difficultés potentielles, d'occasions et de besoins spéciaux que vous avez constatés en menant des campagnes payantes et en cherchant à accroître leur part de voix sur Baidu.

Réponse :

Q22. Pour le travail en Chine spécifiquement, fournissez l'organigramme de l'équipe proposée au regard de la section C – Énoncé de travail. Donnez des renseignements sur les professionnels de la langue locale pour tous les éléments livrables. Votre réponse doit comporter des précisions sur les travaux similaires que l'équipe proposée a déjà effectués. Si votre proposition comprend le recours à un ou plusieurs sous-traitants, veuillez préciser leur rôle dans l'exécution de ce travail.

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, il doit mentionner le numéro et le titre de la DDPN, ainsi que les renseignements sur son entreprise.

Les soumissionnaires sont invités à présenter le meilleur rapport qualité-prix dans chaque élément de leur proposition, tout en tenant compte de l'ensemble des exigences de la présente DDPN et en remplissant le questionnaire de la section E pour montrer qu'ils respectent ces exigences.

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.

F.1.1 En vous référant à l'étude de cas présentée à l'annexe 6, veuillez proposer un budget juste pour l'élaboration et l'exécution de votre plan de marketing payant par moteurs de recherche et par médias sociaux, proposé dans votre réponse à la Q13 de la section E, de manière à stimuler la notoriété des nouvelles liaisons et à augmenter les recettes d'exportation du tourisme provenant du segment des voyageurs d'agrément du Mexique. La proposition de budget doit détailler les membres participants de l'équipe, leur rôle dans le travail à effectuer et le temps facturable prévu de chacun pour ce travail. Cela doit comprendre tous les coûts associés au travail.

F.1.2 Indiquez ci-dessous les titres de poste ainsi que les fonctions et responsabilités de chaque personne assignée au compte de la CCT, de même que le taux horaire prévu pour les trois (3) années du mandat. Veuillez énumérer les personnes en ordre décroissant d'ancienneté. L'équipe proposée doit comprendre tous les membres de l'effectif qui contribueront à la réalisation complète du travail décrit à la section C – Énoncé de travail.

Titre du poste	Fonctions/responsabilités	Taux horaire	Proportion estimée (%) du temps mensuel consacré au compte de la CCT

F.1.3 Veuillez fournir des précisions sur ce que votre entreprise facture habituellement à vos clients pour des campagnes payantes de marketing par moteurs de recherche et par médias sociaux.

F.2 Rabais sur les paiements

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

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

F.3 Stratégies de tarification

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

F.2.2 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

La CCT exigera des soumissionnaires présélectionnés qu'ils fassent une présentation résumant de quelle façon leur entreprise effectuera le travail décrit à la section C – Énoncé de travail.

La présentation doit être faite par des membres de l'équipe désignée dans votre proposition, et non par des agents de vente. Les soumissionnaires pourraient avoir à traiter des éléments suivants :

- Capacité de respecter les exigences décrites à la section C – Énoncé de travail;
- Clarifications sur la proposition au regard des exigences de la CCT;
- Questions sur l'étude de cas.

Les présentations auront lieu à cette adresse :

Siège social de la CCT
1055, rue Dunsmuir, bureau 1400
Vancouver (C.-B.) V7X 1L3

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

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	20 décembre 2013, 14 h (HP)
Date limite de réception des questions	7 janvier 2014, 14 h (HP)
Date et heure limites	15 janvier 2014, 14 h (HP)
Présentations des soumissionnaires présélectionnés (au besoin)	Semaine du 3 février 2014
Avis : La CCT s'efforcera de faire part de son choix à tous les soumissionnaires, retenus ou non, autour de cette date :	17 février 2014
Période de négociation	15 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 des 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 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 Langue

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

H.10 Attribution des contrats

La CCT se réserve le droit de négocier la portée et les modalités du contrat avec le ou les soumissionnaires ayant obtenu les meilleurs résultats, ci-après appelés le ou les « soumissionnaires privilégiés », 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 moins-disant.

La CCT entamera des discussions et des négociations avec le ou les soumissionnaires privilégiés 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 subséquentes – Le ou les soumissionnaires privilégiés, établis au terme de l'évaluation, seront invités à entamer des négociations avec la CCT en vue d'un contrat. La CCT compte mener les négociations dans le délai de la période de négociation.

Si, pour une raison quelconque, la CCT et le ou les soumissionnaires privilégiés n'arrivent pas à s'entendre parfaitement avant la fin de la période de négociation, la CCT aura la liberté de mettre un terme aux discussions avec le ou les soumissionnaires concernés et d'inviter un autre soumissionnaire qualifié à entamer des négociations en vue d'arriver à un accord sur les services. Il n'existera aucune relation ayant force obligatoire entre la CCT et un soumissionnaire avant la conclusion d'un accord écrit.

H.11 Contrat

Si la présente 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, entre autres, 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

ANNEXE	TITRE DU DOCUMENT	PAGES
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
6	Étude de cas	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 de _____ 2014

Signature autorisée :

Nom (en caractères d'imprimerie) :

Titre ou poste :

Nom de l'entreprise :

Ville :

Adresse :

Numéro de téléphone :

Numéro de télécopieur :

Adresse courriel :

ANNEXE 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, s'il y a lieu).

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

ANNEXE 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.

ANNEXE 6 : Étude de cas

Étude de cas : Mexique – transporteur aérien

Une grande compagnie aérienne de transport régulier a annoncé l'inauguration de trois nouvelles liaisons de Mexico à Vancouver, à Toronto et à Montréal. L'équipe des marchés émergents de la CCT et le bureau du marché veulent élaborer une campagne en ligne pour stimuler la notoriété des nouvelles liaisons afin d'augmenter les recettes d'exportation du tourisme provenant du segment des voyageurs d'agrément du Mexique.