



Commission canadienne
du tourisme

Canadian Tourism
Commission

ADDENDA 1 À LA DEMANDE DE PROPOSITIONS

DDP n° CCT-2013-NK -03 – Agence de relations publiques pour le Mexique

Date et heure limites

Le 18 décembre 2013
à 14 h
(heure du Pacifique)

Date de publication : Le 16 décembre 2013

Expéditeur : Service de l'approvisionnement de la
CCT

Destinataires : Tous les fournisseurs

Courriel : procurement@ctc-cct.ca

Voici les réponses aux questions présentées en date du 5 décembre 2013 relativement à la DDPN indiquée ci-dessus :

Q1. Pourriez-vous préciser si le document doit d'abord être présenté en format Word ou PowerPoint avant d'être converti en PDF?

Réponse :

Vous n'avez pas à présenter votre soumission selon une mise en page particulière. Veuillez consulter la section B.3.4 de la DDPN en question pour connaître la taille limite des documents envoyés par courriel. Il n'y a pas de restriction sur le nombre de courriels que vous pouvez envoyer – seule la taille des fichiers joints est limitée.

Q2. Ainsi, nous pouvons envoyer autant de courriels que nécessaire, à condition qu'ils soient bien numérotés et qu'ils ne dépassent pas huit mégaoctets chacun?

Réponse :

Oui, c'est exact. Vous pouvez envoyer autant de courriels que nécessaire à condition qu'ils ne dépassent pas huit mégaoctets chacun. Voir la section B.3.4 de la DDPN.

Q3. Annexe 3 – *Modifications* : pourriez-vous donner des précisions par rapport à l'utilisation de cette annexe?

Réponse :

Votre soumission doit comprendre un exemplaire dûment rempli de l'annexe 3. En le remplissant, votre entreprise confirme avoir lu les documents relatifs aux modifications apportées à la DDPN.

Q4. Annexe 5 – *Conditions générales du contrat* : pourriez-vous préciser si cette annexe a été incluse à titre de référence pour les soumissionnaires?

Réponse :

L'annexe 5 a été incluse comme document de référence pour donner une idée aux soumissionnaires des conditions généralement établies par la CCT.

Q5. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 9, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Relations publiques et relations avec les médias*), ligne « f », on peut lire :
« f. Au besoin, faire rapport de toute couverture médiatique concernant les activités quotidiennes de relations publiques et avec les médias, les événements spéciaux, les campagnes et les salons interentreprises. »

Pouvons-nous inclure les activités de surveillance des médias dans les frais remboursables si nous payons un tiers pour ces services?

Réponse :

Les services de surveillance peuvent être inclus dans vos frais globaux ou ajoutés comme frais supplémentaires. Veuillez nous indiquer comment vous facturerez ces services. Si vous prévoyez avoir recours à un sous-traitant, veuillez vous reporter à la question 32.

Q6. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 9, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Relations publiques et relations avec les médias*), ligne « g », on peut lire :
« g. Créer un rapport mensuel sur les articles publiés dans différents magazines et journaux et envoyer les articles publiés aux partenaires. »

Devrons-nous envoyer les articles au Canada par service de messagerie en plus de les faire parvenir aux bureaux de la CCT au Mexique? Voulez-vous les articles en format papier ou électronique? Combien d'exemplaires, le cas échéant, doivent être envoyés aux partenaires?

Réponse :

La CCT exige cinq exemplaires en format papier et électronique. Les documents électroniques doivent être envoyés au bureau de la CCT au Mexique et la CCT exige que quatre exemplaires papier soient envoyés au Canada à quatre partenaires provinciaux.

Q7. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 9, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Relations publiques et relations avec les médias*), ligne « i », on peut lire :
« i. Fournir des solutions à la CCT en cas de crise médiatique. »

Par crise médiatique, voulez-vous dire la gestion des problèmes (p. ex. cibler les problèmes, préparer les communiqués et aviser les clients)? La gestion des crises est généralement facturée différemment et séparément, selon chaque crise.

Réponse :

Il pourrait arriver que la CCT ait à gérer des crises de temps en temps, et nous nous attendons à ce que l'entrepreneur nous aide avec cette tâche le cas échéant. Veuillez nous fournir la stratégie prévue pour la facturation de ces services (facturés séparément ou compris dans votre tarif annuel).

Q8. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 9, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Relations publiques et relations avec les médias*), lignes « r » et « s », on peut lire :

- « r. S'occuper de l'organisation logistique et de la confirmation des participants, entre autres, pour différents événements tenus par la CCT au cours de l'année, dont GoMedia México, Conozca Canadá, prix Canadá a Voces et Explora Canadá.
- s. Désigner au moins un représentant de compte responsable d'assister à ces événements et de coordonner les activités sur place. »

Devons-nous également affecter un chargé de compte spécialement à la coordination des événements? En général, combien d'événements organisez-vous par année? Nous pourrions ainsi déterminer si nous avons besoin d'un chargé de compte à temps plein ou à temps partiel pour la coordination des événements.

Réponse :

Il n'est pas nécessaire d'affecter un chargé de compte à temps plein à la coordination des événements. Veuillez vous reporter à l'énoncé de travail de la section C, page 9, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Relations publiques et relations avec les médias*), ligne « r » pour en savoir plus sur le nombre d'événements que nous tenons par année. Quatre événements demandent la pleine participation de l'entrepreneur, à savoir GoMedia México, Conozca Canadá, prix Canadá a Voces et Explora Canadá. À cela peut s'ajouter un rôle de soutien minime à différents événements au cours de l'année.

Q9. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 10, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Communications*), ligne « a », on peut lire :

« a. Coordonner les achats-médias lorsque c'est nécessaire, en déterminant les canaux externes qui ont la plus grande influence sur le public cible de la CCT, selon le processus de segmentation du Quotient explorateur (QE). »

Pouvez-vous préciser si vous achetez des espaces publicitaires ou promotionnels de différents médias?

Réponse :

Oui. Chaque année, nous menons au moins deux campagnes auprès des consommateurs pour lesquelles nous achetons des espaces de différents médias afin de mieux rejoindre notre public cible.

Q10. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 10, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Communications*), ligne « b », on peut lire :

« b. Fournir des services de création lorsque c'est nécessaire pour appuyer différentes activités de la CCT, qu'il s'agisse d'événements, de salons, de campagnes visant les consommateurs, etc. »

Pouvez-vous préciser si vous achetez des espaces publicitaires ou promotionnels de différents médias?

Réponse :

Voir la réponse à la question 9.

Q11. Dans l'énoncé de travail de la section C, à la page 10, sous-section C.4 (*Éléments livrables – Communications*), ligne « c », on peut lire :
« c. Au besoin, fournir des services de traduction (de l'anglais vers l'espagnol et de l'espagnol vers l'anglais. »

Pouvez-vous préciser la longueur estimée des documents à traduire et la fréquence à laquelle vous prévoyez avoir besoin de traductions? Nous confions normalement les services de traduction à un fournisseur. Devons-nous inclure ces services dans notre tarif?

Réponse :

Vous devez faire traduire de quatre à six documents par mois, et leur longueur peut varier d'une à dix pages.

Vos commentaires en réponse à la ligne « c » de la sous-section C.4 doivent indiquer comment vous facturerez ces services supplémentaires; vous pouvez soit les indiquer séparément, soit les inclure dans votre tarif annuel.

Q12. Pouvez-vous confirmer qu'il n'y a pas de critère impératif dans la DDPN?

Réponse :

La DDPN en question ne contient aucun critère impératif.

Q13. En ce qui concerne les annexes 1 à 4 :

- a. Devons-nous répondre directement dans les formulaires fournis ou pouvons-nous recopier le format?
- b. Devons-nous préparer et envoyer les formulaires dans des fichiers séparés (formulaire d'attestation, formulaire de déclaration des faits importants, formulaire concernant les modifications, s'il y a lieu, et déclaration des soumissionnaires)?

Réponse :

- a. Vous devez présenter les annexes 1 à 4 dans un format similaire à celui de la DDPN pour vous assurer de fournir tous les renseignements requis.
- b. Vous n'avez pas à soumettre les formulaires séparément.

Q14. Le Mexique est-il le seul marché visé par la présentation du 13 décembre? Si ce n'est pas le cas, peut-on connaître les autres marchés inclus? Et peut-on intégrer des propositions pour les autres marchés dans une seule et même présentation?

Réponse :

La DDPN ne vise que le marché indiqué dans l'énoncé de travail à la section C.

Q15. Les membres de l'équipe doivent-ils déjà tous être en fonction au moment de soumettre la proposition ou peuvent-ils intégrer l'équipe à temps pour la présentation?

Réponse :

Si l'équipe n'est pas complète d'ici la date limite de la DDPN, vous devez l'indiquer dans votre proposition, en plus de préciser comment vous prévoyez pourvoir les postes proposés.

Q16. En ce qui concerne la stratégie sur les médias sociaux dont il est question à la section C.4, seuls Facebook et Twitter sont mentionnés. Pouvons-nous proposer l'utilisation d'autres réseaux sociaux?

Réponse :

À l'heure actuelle, la CCT au Mexique n'utilise que ces deux médias sociaux.

Q17. Devons-nous vous fournir un plan média et un budget?

Réponse :

Il suffit de nous présenter les grandes lignes, étant donné que la DDPN ne vous fournit pas tous les renseignements requis pour vous permettre de créer un plan média et un budget détaillés.

Q18. Devons-nous vous proposer des rabais ou des tarifs réduits pour les médias en ligne et hors-ligne?
Réponse : Ce n'est pas nécessaire pour l'instant.
Q19. À part la taille et le type de fichier, y a-t-il d'autres restrictions concernant le format des documents à soumettre, comme la longueur et la police?
Réponse : Vous n'avez pas à présenter votre soumission selon une mise en page particulière. Veuillez consulter la section B.3.4 de la DDPN en question pour connaître la taille limite des documents envoyés par courriel.
Q20. Pouvez-vous nous donner les indicateurs clés de rendement des années un, deux et trois du plan de marketing?
Réponse : Les indicateurs clés de rendement sont établis en fonction de chaque campagne. Ces indicateurs, qui favoriseront l'atteinte des objectifs généraux de la CCT indiqués dans la DDPN, seront approuvés par la CCT et l'entrepreneur sélectionné.
Q21. Pouvons-nous proposer une équipe différente de celle précisée dans la DDPN?
Réponse : Oui, vous pouvez proposer une équipe différente si vous pensez qu'elle pourra mieux répondre aux besoins du bureau de la CCT au Mexique décrits dans l'énoncé de travail à la section C. Nous en tiendrons compte dans notre évaluation.
Q22. En ce qui concerne la sous-section F.1.2 a) de la section F (<i>Tarifification</i>), devons-nous vous fournir une estimation des prix ou simplement vous préciser la stratégie de facturation prévue pour ces services supplémentaires (tarif à l'heure ou par projet)?
Réponse : Votre réponse à la sous-section F.1.2 a) devrait préciser comment votre entreprise prévoit facturer le travail supplémentaire relatif aux campagnes en matière de relations publiques, de relations avec les médias et de médias sociaux (p. ex. : ce travail est-il généralement facturé à l'heure, ou demandez-vous un montant fixe pour l'ensemble du projet?). Nous ne nous attendons pas à ce que vous produisiez une estimation avec le peu de renseignements fournis.
Q23. Actuellement, quels sont les principaux marchés touristiques du Canada au Mexique?
Réponse : Mexico, Guadalajara et Monterrey.
Q24. Dans quels grands segments de marché (profils démographique et psychographique) se situent les voyageurs mexicains qui visitent le Canada?
Réponse : Veuillez consulter la ligne « a » de la section C.4 (<i>Communications</i>) ainsi que les <i>profils du QE</i> . Pour en savoir plus, consulter le document suivant : http://fr-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/2013-2017_corporate_plan_summary_-_june_14-13_f.pdf .
Q25. Pouvez-vous nous fournir votre modèle du cheminement vers l'achat?
Réponse : Consultez le document suivant : http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/2013-2017_corporate_plan_summary_-_june_14-13_f.pdf .

Q26. Si le contrat nous est attribué, le chargé de compte et l'équipe responsable des médias sociaux doivent-ils s'établir au Mexique?
Réponse : Non, les membres de l'équipe n'ont pas à s'établir au Mexique. Ils doivent cependant être en mesure de collaborer étroitement, de façon quotidienne, avec le bureau de la CCT au Mexique et peuvent avoir à s'y rendre pour assister à des réunions. Vous devez inclure le lieu de travail des personnes proposées et la manière dont ils pourront répondre aux besoins du bureau de la CCT au Mexique décrits dans l'énoncé de travail à la section C. Les frais de déplacement, le cas échéant, doivent être indiqués dans votre proposition de tarification.
Q27. Pouvez-vous nous fournir les liens vers les réseaux sociaux que vous utilisez actuellement au Mexique?
Réponse : https://www.facebook.com/viajeacanada https://twitter.com/viajeacanada
Q28. Avez-vous un budget réservé à la publicité dans les médias sociaux afin d'augmenter le nombre d'adeptes de la CCT? Combien d'argent accordez-vous aux campagnes dans les médias sociaux et quelles plateformes privilégiez-vous?
Réponse : Le budget alloué par la CCT aux campagnes dans les médias sociaux est établi selon les besoins de chaque campagne et ne dépasse pas 50 000 \$ CA par année.
Q29. Dans quels réseaux sociaux la CCT est-elle présente au Mexique? À part Facebook et Twitter, quels autres réseaux pourrions-nous exploiter? Devons-nous nous concentrer sur ces deux plateformes seulement?
Réponse : Voir la réponse à la question 27. Il n'est pas nécessaire pour l'instant d'exploiter d'autres réseaux sociaux.
Q30. Pouvez-vous nous fournir le nombre d'adeptes sur vos plateformes de médias sociaux?
Réponse : Voir la réponse à la question 27.
Q31. Devons-nous inclure dans notre proposition un plan média, d'après la recherche sur le QE?
Réponse : C'est à vous de décider si vous voulez ou non en inclure un dans votre proposition.
Q32. Si nous avons recours aux services de sous-traitants, devons-nous vous fournir des renseignements sur la ou les entreprises en question?
Réponse : Oui, si votre proposition comprend les services de sous-traitants, vous devez remplir l'annexe 4 (<i>Déclaration des sous-traitants</i>). De plus, vous devez préciser leur rôle aux questions 4 et 10 du questionnaire sur les critères souhaités de la section E. Assurez-vous de clairement indiquer le rôle, l'expérience et l'expertise des sous-traitants proposés.
Q33. Devons-nous bien intégrer les études de cas à nos réponses et mettre en annexe les pièces jointes, comme les rapports de résultats et autres documents d'appui?
Réponse : Si vous faites référence aux exemples des questions 5, 6 et 7, c'est à vous de décider comment présenter l'information dans votre proposition.

Q34. Pouvez-vous confirmer que vous évaluez seulement les compétences techniques et l'expérience, et que vous n'exigez pas de plan stratégique pour le moment?

Réponse :

Oui, c'est exact. Votre soumission devrait cependant démontrer votre capacité à devenir un partenaire stratégique du bureau de la CCT au Mexique.

Q35. Une fois le processus de soumission et de présentation terminé, le contrat sera-t-il accordé à un soumissionnaire, ou y aura-t-il une autre étape d'évaluation suivie d'une demande de propositions stratégiques révisées?

Réponse :

Il n'y aura pas d'autre étape d'évaluation ni de demande de propositions stratégiques révisées. La CCT espère sélectionner un soumissionnaire qualifié au terme du présent processus de DDPN, comme décrit dans la sous-section B.2 (*Évaluation selon les critères souhaités*).

Q36. Quel est le budget annuel prévu pour les services demandés dans la DDPN?

Réponse :

La CCT ne peut divulguer cette information pour l'instant. Le budget pour ces services varie d'année en année.

Q37. En moyenne, combien de voyages de familiarisation exclusifs organisez-vous par année?

Réponse :

Nous avons organisé 25 voyages pour les médias par année.

Q38. En moyenne, combien d'ateliers organisez-vous par année?

Réponse :

Nous organisons neuf ateliers dans huit villes différentes, sans compter ceux mentionnés dans l'énoncé de travail à la section C, page 9, sous-section C.4 (*Relations publiques et relations avec les médias*), ligne « r ».

Q39. La CCT nous donnera-t-elle accès à sa base de données sur les consommateurs pour distribuer le bulletin mensuel?

Réponse :

Oui.

Q40. En ce qui concerne le rapport mensuel, pouvons-nous l'envoyer uniquement par voie électronique ou devons-nous également l'imprimer et le poster? Le cas échéant, à combien de partenaires devons-nous l'envoyer et à quelles adresses (à Mexico, ailleurs au Mexique ou au Canada)?

Réponse :

Voir la réponse à la question 6.

Q41. Les rapports demandés sur les tendances, les renseignements sur les consommateurs et les occasions d'affaires doivent-ils être préparés par une agence d'étude de marché?

Réponse :

Il n'est pas nécessaire de confier la production de ces rapports à une agence d'études de marché. Ces rapports peuvent être produits par l'agence de communications, qui s'appuiera sur ses connaissances et observations du marché.

Q42. En ce qui concerne les événements, comme GoMedia México, Conozca Canadá, prix Canadá a Voces et Explora Canadá, la présence d'environ combien d'intervenants de l'industrie devons-nous confirmer? Cette estimation nous donnera une idée du nombre d'employés requis pour coordonner l'événement.

Réponse :

En moyenne :

GoMedia México – 50 représentants des médias.

Prix Canadá a Voces – 100 représentants des médias.

Explora Canadá – le nombre de représentants des médias touristiques dépend de la stratégie.

L'entrepreneur n'a pas à confirmer la présence des autres invités (membres de l'industrie du tourisme, invités spéciaux, etc.); la CCT confie la tâche à une agence spécialisée.

Q43. Quelle est la taille typique des groupes pour un voyage de familiarisation à l'intention des médias?

Réponse :

Il peut y avoir d'un seul à cinq ou six participants par voyage de familiarisation à l'intention des médias.

Q44. Dans quelle langue et à quelle heure le bilan quotidien des nouvelles doit-il être présenté?

Réponse :

Le bilan doit être produit tous les jours, mais ne doit être soumis qu'une fois par mois, au cours des cinq premiers jours du mois suivant. L'analyse doit être présentée en anglais, mais vous n'avez pas à traduire les notes.

Q45. Est-ce que vous ou l'agence avec qui vous faites actuellement affaire utilisez les outils de surveillance d'un tiers? Quels outils de mesure utilisez-vous?

Réponse :

Les outils et procédures de l'agence avec qui nous faisons affaire sont confidentiels. Vous devez indiquer dans votre proposition si vous prévoyez vous servir des outils de surveillance d'un tiers pour répondre aux objectifs et priorités de la CCT.

Q46. Est-ce possible d'envisager une collaboration entre notre équipe canadienne avec l'équipe du Mexique et la vôtre? Pouvons-nous proposer une équipe dont les membres travaillent de différents bureaux?

Réponse :

Oui, vous pouvez proposer une équipe dont les membres travaillent de différents bureaux. L'équipe proposée sera évaluée en fonction de sa capacité à répondre aux exigences décrites dans l'énoncé de travail à la section C.

Q47. Êtes-vous satisfait de votre relation avec votre fournisseur actuel et du travail qu'il a accompli jusqu'à maintenant?

Réponse :

Le rendement de l'entrepreneur actuel est confidentiel.

Q48. Lancez-vous la DDPN par obligation de renégocier le contrat ou parce que vous cherchez à remplacer le fournisseur actuel?

Réponse :

Le contrat actuel arrive à échéance, et conformément à notre politique d'approvisionnement, nous devons mener un processus public pour conclure un nouveau contrat.

Q49. Votre fournisseur actuel participe-t-il au processus?

Réponse :

Les renseignements sur la participation des autres soumissionnaires sont confidentiels.

Q50. Quelles sont les vos défis actuels en matière de communication? Où pensez-vous pouvoir apporter des améliorations? Qu'aimeriez-vous répéter ou changer à l'avenir?
Réponse : La CCT discutera de ses défis en matière de communication, le cas échéant, avec l'entrepreneur sélectionné. Pour l'instant, vous n'avez qu'à inclure dans votre proposition la stratégie de communication qui, selon vous, saura le mieux répondre aux exigences de la DDPN.
Q51. La CCT a-t-elle réussi et réussit-elle à établir de bons rapports avec les médias clés au Mexique? Qu'en est-il des influenceurs de l'industrie?
Réponse : La CCT réussit avec brio à établir des liens avec les médias au Mexique ainsi qu'avec les influenceurs de l'industrie.
Q52. Quelles pratiques exemplaires vous attendez-vous à ce que votre agence partenaire applique? Pour vous, qu'est-ce qu'une relation favorable avec une agence?
Réponse : L'agence doit être une extension du bureau de la CCT au Mexique. Elle sera entièrement responsable d'établir une bonne relation avec les médias pour accroître la notoriété de la marque et produire la quantité de notes visées. La CCT s'attend à ce que l'agence suggère de nouvelles idées créatives tout au long de son mandat afin d'aider le l'équipe du Mexique à mener à bien sa stratégie générale.
Q53. Comment mesurez-vous actuellement le succès des programmes et campagnes de relations publiques?
Réponse : Les programmes et campagnes de relations publiques n'ont pas nécessairement les mêmes indicateurs de succès; nous établissons donc des objectifs avant même de commencer de nouvelles activités.
Q54. Quelles sont vos attentes en matière d'indicateurs de succès/de rendement clés pour l'agence?
Réponse : Voir la réponse à la question 20.
Q55. Pouvez-vous décrire la structure, les mesures internes et la relation avec l'agence en place à l'heure actuelle pour gérer les réseaux sociaux?
Réponse : La structure, les mesures internes et la relation avec l'agence en place à l'heure actuelle sont confidentielles. Vous devez nous proposer une équipe qui sera responsable de gérer nos réseaux sociaux et nous préciser comment elle travaillera avec nous pour ce faire.
Q56. Où en êtes-vous dans vos stratégies et vos efforts en ligne et sur les réseaux sociaux? Combien de membres votre équipe des médias sociaux compte-t-elle?
Réponse : Pour la première partie de la question, voir la réponse à la question 27. Nous vous demandons de désigner au moins un chargé de compte qui se consacrera aux activités dans les médias sociaux.
Q57. En ce qui a trait aux médias sociaux, quels sont les rôles et les responsabilités de la CCT et de l'entrepreneur?
Réponse : La CCT et l'entrepreneur établiront ensemble la stratégie, et l'entrepreneur sera responsable de la mettre en œuvre.

Q58. Avez-vous actuellement un bon bassin de blogueurs assurant votre promotion?
Réponse : Non.
Q59. La CCT vise-t-elle uniquement les voyageurs d'agrément?
Réponse : Veuillez consulter les priorités à la sous-section C.2 ainsi que le document suivant : http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/2013-2017_corporate_plan_summary_-_june_14-13_f.pdf .
Q60. Qui voyez-vous comme vos principaux concurrents, et pourquoi? Comment les classeriez-vous en ordre de compétitivité?
Réponse : Veuillez consulter le document suivant : http://en-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/2013-2017_corporate_plan_summary_-_june_14-13_f.pdf .
Q61. Quels sont vos défis opérationnels les plus pressants à l'heure actuelle?
Réponse : L'augmentation de la demande des voyageurs mexicains pour les destinations canadiennes, malgré l'imposition du visa canadien, représente notre principal défi.
Q62. Pouvez-vous décrire les campagnes qui ont eu le plus de succès au cours des deux dernières années?
Réponse : La CCT a mené de nombreuses campagnes fructueuses au cours des deux dernières années. Dans votre proposition, vous devez mettre en valeur votre expérience et votre expertise, tout en précisant comment vous travaillerez avec la CCT pour respecter ses priorités.
Q63. Avez-vous déjà eu recours ou envisagé avoir recours à une personnalité (comme une célébrité, un influenceur ou une personne connue dans le domaine touristique) dans vos initiatives de marketing?
Réponse : Oui, nous avons eu recours à des influenceurs et des célébrités dans certaines campagnes, et nous pourrions répéter l'expérience.
Q64. Avez-vous retenu des ambassadeurs ou des porte-parole externes pour représenter votre marque?
Réponse : Oui.