



DDP-CMIP2120149

Amendement n° 1 aux documents d'appel d'offres

Élaboration de stratégies de marketing et de communication, des services de création, et des services de placement et d'achat médias

Date de l'amendement : le 18 janvier 2014

À tous les proposants :

L'objectif de cet amendement consiste à répondre aux questions suivantes :

1. Puisque la dernière DDP a été attribuée en janvier 2013, pouvez-vous me dire ce qui a mené à cette nouvelle demande ?

Cette nouvelle demande constitue un appel de propositions pour l'élaboration de stratégies marketing et de communication, des services de création, et des services de placement et d'achat médias afin de promouvoir la réouverture du Musée en mai 2015 et de positionner le Musée comme une destination touristique « à voir » en vue de la saison de tourisme en Nouvelle-Écosse, pour 2015 et au-delà. Essentiellement, nous recherchons des propositions qui nous aideront à développer une campagne de tourisme intégrée à être déployée au cours des deux prochaines années.

2. À votre avis, la portée de cette demande est-elle très différente de la précédente ?

Oui, la portée de cette demande est tout à fait différente de la précédente DDP attribuée en janvier 2013, car elle est régionale et inclut des services de création.

3. Le budget pour la demande précédente était de l'ordre de 450 000 dollars. Est-ce que les attentes en terme de portée nationale de cette campagne ont été modifiées pour refléter le nouveau budget ? (Je vois dans la nouvelle DDP qu'on y fait référence à un recours à la publicité traditionnelle).

Nous envisageons de travailler avec le proposant retenu afin d'identifier les marchés cibles ainsi que les canaux de médias appropriés pour cette campagne. Nous entendons toucher le marché des visiteurs de la province et, lorsque possible, les marchés touristiques importants, notamment les provinces de l'Atlantique, le Québec et l'Ontario.

4. Y aura-t-il d'autres programmes promotionnels dans les marchés dont nous pourrions bénéficier, par exemple des programmes de tourisme ou autre forme de publicité nationale du Musée ?

Il y aura un nombre minimal de programmes promotionnels mis en marché par le Musée au cours de cette période. Nous aurons une exposition itinérante, *Canada : Jour 1*, en montre dans des musées et centres culturels situés partout au Canada, ainsi que d'autres activités de promotion, mais notre attention et notre budget seront concentrés sur cette campagne.