



Résumé des consultations concernant

la Stratégie nationale d'approvisionnement en biens et en services pour les services de communication

Novembre 2012



Table des matières

1	Introduction	1
2	Objectif	1
3	Consultation officielle	1
4	Aperçu	1
5	Recommandations initiales	2
5.1	Mise à jour de la définition de la catégorie des services de communication pour englober les nouvelles tendances	2
5.2	Continuer d'élaborer et de mettre en œuvre des instruments d'achat libre-service pour les services facultatifs	3
5.3	Amélioration du processus d'approvisionnement	4
5.4	Accès à la passation de marchés avec le gouvernement	10
5.5	Considérations environnementales	11
5.6	Communications auprès des intervenants	12
6	Recommandations supplémentaires	13
7	Stratégie nationale d'approvisionnement	13

1 Introduction

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) a élaboré une ébauche de Stratégie nationale d'approvisionnement en matière de services de communication qui vise à adopter une approche nationale uniforme permettant d'améliorer l'efficacité du processus d'approvisionnement pour les ministères, les fournisseurs et la population canadienne.

Pendant une période de consultation officielle, les ministères et les fournisseurs ont examiné et commenté l'ébauche de Stratégie nationale d'approvisionnement en matière de services de communication. Tous les commentaires reçus dans le cadre des consultations officielles ont été pris en compte au moment de mettre au point la Stratégie nationale d'approvisionnement en matière de services de communication.

Le présent document résume les commentaires reçus aux fins d'analyse, sans toutefois constituer une liste exhaustive de ces derniers.

2 Objectif

Le présent document résume les commentaires pertinents présentés par les ministères et les fournisseurs dans le cadre des consultations officielles. Il expose sommairement la façon dont TPSGC intégrera ces commentaires au moment de mettre au point la Stratégie nationale d'approvisionnement en matière de services de communication.

Ce document sert à passer en revue les commentaires et à déterminer les changements qui en découleront. Lorsque des commentaires proposaient des changements qui ne seront pas apportés, la raison pour laquelle la recommandation ne sera pas appliquée est expliquée.

3 Consultation officielle

Période	Du 21 novembre 2011 au 13 février 2012 (85 jours)
Répondants – Ministères	14 répondants représentant 9 ministères
Répondants – Fournisseurs	213 répondants

4 Aperçu

Dans l'ensemble, les commentaires reçus de la part des fournisseurs et des ministères étaient favorables à la stratégie globale.

5 Recommandations initiales

5.1 Mise à jour de la définition de la catégorie des services de communication pour englober les nouvelles tendances

Recommandation initiale (référence : août 2011, section 9.1 de la stratégie)

- Continuer d'évaluer les services offerts dans l'industrie.
- Vérifier et mettre à jour les renseignements sur les services de communication existants et s'adapter aux pratiques actuelles de l'industrie afin de mieux définir la catégorie des services de communication.
- Examiner les services faisant partie d'autres catégories au sein de TPSGC.
- Au moment de renouveler les instruments d'achat, les rendre conformes à la nouvelle définition de la catégorie tout en évitant le double emploi avec d'autres instruments d'achat de TPSGC.
- Selon les besoins, créer de nouveaux instruments d'achat provisoires qui tiennent compte de la nouvelle définition de la catégorie des services de communication, afin de combler les lacunes d'ici à ce que les instruments actuels soient renouvelés et mis à jour.

Commentaire pertinent

SUJET	Ajout des médias sociaux aux futurs instruments d'achat	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actuellement, les médias sociaux sont un élément de la planification des communications de nombreux ministères clients, il est donc nécessaire d'optimiser l'approvisionnement des services de communication spécialisés dans ce nouveau domaine. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le document sur la stratégie ne propose pas de changements importants et ne répond pas réellement aux besoins en matière de nouvelles technologies. 	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lorsqu'on a demandé si le gouvernement du Canada devait utiliser les médias sociaux, 50 % des répondants ont indiqué que le gouvernement du Canada devrait utiliser la technologie des médias sociaux soit pour communiquer avec les intervenants, soit pour recevoir des commentaires de la part des intervenants, ou pour les deux. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Certains répondants sont d'avis que le gouvernement du Canada doit projeter une image d'autorité et que cet aspect ne cadre pas avec les médias sociaux, de sorte qu'il ne devrait pas suivre ces nouvelles tendances.
RÉSULTAT	Mettre à jour l'orientation stratégique de façon à aborder expressément l'ajout des services de médias sociaux dans la catégorie des services de communication.	

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.1 de la stratégie)

TPSGC clarifiera les services compris dans les sous-catégories des services de communication et ceux qui en sont exclus. De plus, les définitions seront mises à jour pour tenir compte des progrès technologiques (médias sociaux) et pour préciser les spécialisations dans chaque catégorie.

Au fur et à mesure que les instruments d'achat seront renouvelés, des changements seront apportés afin que les services soient conformes aux soumissions ayant de nouvelles définitions, le cas échéant, tout en évitant le double emploi avec d'autres instruments d'achat de TPSGC. En réponse à l'avènement et à la popularité croissante des médias sociaux, les futurs instruments d'achat devront comprendre les services nécessaires pour veiller à ce que le gouvernement du Canada se serve de divers médias pour joindre la population canadienne. Le site Web de TPSGC et celui de la Direction générale des communications présentent de l'information sur les ressources et les outils de médias sociaux.

5.2 Continuer d'élaborer et de mettre en œuvre des instruments d'achat libre-service pour les services facultatifs

Recommandation initiale (référence : août 2011, section 9.2 de la stratégie)

Permettre aux ministères d'effectuer certaines transactions d'achat au moyen de ce qui suit :

- Mettre en œuvre les outils électroniques et les instruments d'achat libre-service de TPSGC et recommander leur utilisation (p. ex. Achats en direct).

TPSGC améliorera le soutien offert aux ministères pour l'acquisition de services de communication afin de les aider à mieux répondre aux exigences opérationnelles. TPSGC se chargera des tâches suivantes :

- Continuer de normaliser et de simplifier les processus d'approvisionnement en matière de services de communication.
- Continuer d'élaborer et de mettre en œuvre des instruments d'achat libre-service pour l'approvisionnement en matière de services facultatifs ou de sous-catégories non obligatoires, notamment des offres à commandes (CO) ou des arrangements en matière d'approvisionnement (AMA), selon les besoins.

Commentaire pertinent

SUJET	Achats en direct	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
En faveur	<ul style="list-style-type: none">• Les répondants au sondage ont indiqué que le gouvernement du Canada devait s'engager à écologiser ses activités et montrer l'exemple à ses fournisseurs. Les Achats en direct seraient un exemple positif des efforts déployés par le gouvernement pour écologiser ses activités.	<ul style="list-style-type: none">• L'industrie de la communication encourage fortement le gouvernement du Canada à accepter l'adoption d'un système de soumissions par voie électronique et lui offre son soutien.
En opposition	<ul style="list-style-type: none">• Aucun commentaire pertinent n'a été reçu	<ul style="list-style-type: none">• Aucun commentaire pertinent n'a été reçu en opposition à cette recommandation.

	en opposition à cette recommandation.
RÉSULTAT	Aucun changement n'est apporté à la recommandation initiale. Toutefois, la section « Contexte » indique maintenant que la Direction de l'approvisionnement en communication adoptera un tel système une fois que la Direction générale des approvisionnements de TPSGC aura élaboré une politique sur les achats en direct. (Référence : juin 2012, section 5.2 de la stratégie)

5.3 Amélioration du processus d'approvisionnement

Recommandation initiale (référence : août 2011, section 9.3 de la stratégie)

L'amélioration du processus d'approvisionnement s'effectuera comme suit :
<ul style="list-style-type: none"> • Examiner les approches utilisées pour élaborer les critères d'évaluation. • Clarifier les critères d'évaluation utilisés dans les documents de demande de soumissions et favoriser une compréhension plus vaste des méthodologies à utiliser de sorte qu'elles ne soient pas trop restrictives. • Utiliser les OC et les AMA comme principales méthodes d'approvisionnement. • Fixer la durée des nouveaux instruments d'achat à deux ans, assortis de deux périodes d'option d'un an (avec un processus de renouvellement des AMA après la première année et après chaque période d'un an supplémentaire pour permettre à de nouveaux fournisseurs de se qualifier) pour les sous-catégories de services facultatifs suivantes : suivi médiatique, gestion d'événements, conception graphique et conception d'expositions, communication stratégique.

Commentaire pertinent

SUJET	Uniformisation des soumissions	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les clients ont signalé qu'ils avaient de la difficulté à comprendre et à utiliser les outils d'approvisionnement actuels. La simplification du processus a reçu un appui solide. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • La flexibilité était la principale source de préoccupation, car il est impossible qu'une seule approche puisse répondre aux multiples besoins du monde des communications. 	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il a souvent été mentionné que l'uniformisation et la simplification des appels d'offres étaient souhaitables et qu'elles permettraient de réduire grandement les obstacles auxquels se heurtent les petites et moyennes entreprises pour la présentation de soumissions concurrentielles. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aucun commentaire pertinent n'a été reçu en opposition à cette recommandation.
RÉSULTAT	L'orientation stratégique visant l'amélioration du processus d'approvisionnement a été divisée de façon à traiter ces sujets en particulier. (Référence : novembre 2012, section 5.3 de la stratégie)	

Commentaire pertinent

SUJET	Uniformisation des méthodes d'approvisionnement	
MINISTÈRES		FOURNISSEURS
<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> Il convient de préciser les cas où il faut utiliser un AMA et ceux où il faut utiliser une OC. Il est également difficile pour les fournisseurs de se qualifier pour ces deux types de marchés étant donné que leurs critères diffèrent. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Certains répondants ont indiqué qu'ils préféreraient une période initiale de trois ans et deux périodes d'options d'un an. Les fournisseurs auraient ainsi l'occasion d'acquérir davantage d'expérience auprès des clients. 	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> Environ 30 % des répondants ont indiqué qu'ils ne voyaient aucun problème en ce qui a trait aux méthodes d'approvisionnement actuelles. Toutefois, de nombreuses réponses en faveur à cette recommandation soulevaient aussi des préoccupations quant aux obstacles pour les petites et moyennes entreprises. Par exemple, un fournisseur a répondu ce qui suit : « Les offres à commandes et les arrangements en matière d'approvisionnement sont merveilleux. Ils offrent une flexibilité et une assurance à la fois pour le fournisseur et le gouvernement. Cependant, lorsque des offres à commandes comportent une propriété intellectuelle, les demandes d'offre à commandes et les demandes de propositions semblent privilégier délibérément les grandes entreprises nationales, même lorsque le travail peut être réalisé à l'échelle régionale. » <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Cette méthode privilégie les grandes entreprises et forcerait les petites entreprises à créer des partenariats avec de grandes entreprises, puisqu'il s'agirait du seul moyen de faire affaire avec le gouvernement du Canada. Les fournisseurs ont indiqué que l'entrée sur le marché pourrait constituer un obstacle. Les nouveaux fournisseurs ne peuvent être considérés pour une OC que lorsque de nouveaux appels d'offres sont publiés, ce qui se produit généralement à la fin de la période de validité de l'OC. 	
RÉSULTAT	Les OC et les AMA continueront à être utilisés. On procédera à une normalisation plus poussée de la durée et des modalités. Les AMA pour les sous-catégories non obligatoires offriront une occasion supplémentaire aux fournisseurs de se qualifier.	

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.3.1 de la stratégie)

TPSGC continuera d'utiliser les OC et les AMA comme principales méthodes d'approvisionnement en matière de services de communication pour les sous-catégories obligatoires et non obligatoires. Pour uniformiser les méthodes d'approvisionnement, TPSGC effectuera les changements suivants :

- uniformisation des conditions utilisées dans les OC et les AMA;
- normalisation de la durée des OC et des AMA à deux ans fixes avec deux options d'un an, et envoi d'un préavis pour le renouvellement.

Les futurs AMA, pour les sous-catégories non obligatoires suivantes, permettront aux fournisseurs qui ne participent pas à l'AMA de se qualifier. Cette occasion se présentera au cours des périodes de renouvellement des AMA :

- Services de suivi médiatique
- Services de gestion d'événements
- Services de conception graphique et de conception d'expositions
- Services de communication stratégique

Commentaire pertinent

SUJET	Simplification des exigences	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> Les répondants ont donné leur appui à la simplification des exigences relatives à la qualification. En outre, il a souvent été mentionné que les critères ne devraient pas exclure les petites et moyennes entreprises ni les fournisseurs des économies locales. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Aucun commentaire pertinent n'a été reçu en opposition à cette recommandation. 	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> Il a été mentionné que les critères d'évaluation qui exigent que les fournisseurs décrivent un nombre précis de projets spécialisés réalisés au cours des trois à cinq dernières années étaient trop restrictifs. On a aussi souvent relevé le fait que cette pratique constituait un obstacle à l'entrée des entreprises qui ne se sont jamais vu attribuer de contrat fédéral, ce qui favorise les fournisseurs existants. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Aucun commentaire pertinent.
RÉSULTAT	Poursuivre l'uniformisation et la simplification des exigences.	

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.3.2 de la stratégie)

TPSGC se concentrera sur la simplification des exigences des demandes de soumissions comme suit :

- utilisation de modèles dont la formulation est simplifiée et uniformisée;
- promotion de descriptions précises des exigences propres au projet;
- dans la mesure du possible, réduire la nécessité de recourir à des « regroupements » ou à des « équipes ».

Commentaire pertinent

SUJET	Simplification des demandes de soumissions	
MINISTÈRES	FOURNISSEURS	
<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> Un fournisseur a mentionné que le travail reçu au moyen d'une demande d'OC et d'un AMA n'équivalait pas nécessairement au travail investi dans la préparation d'une réponse à une demande de propositions. Par exemple, le fait de devoir préparer une réponse de 400 pages à une demande de propositions qui donne lieu à un contrat pour lequel le travail n'équivaut pas au travail investi pour l'obtention du contrat en question. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Aucun commentaire pertinent. 	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> Les fournisseurs décrivent souvent le processus de demande de façon négative, le qualifiant de laborieux, partial et compliqué. De nombreuses petites et micro-entreprises ont indiqué que le potentiel d'obtenir des contrats du gouvernement ne compensait pas le coût associé à la présentation d'une soumission concurrentielle. Le temps à consacrer au processus de demande et la complexité de ce dernier constituent un obstacle important pour les petites entreprises. Exemples de commentaires des fournisseurs : <p>Le problème est le suivant : une fois que l'on a été choisi pour une OC ou un AMA, on doit aussi répondre à une demande de proposition et préparer une proposition complète. Le travail et le temps investis dans ce processus sont donc doublés (demande d'OC et demande de propositions).</p> <p>Volume ridicule de paperasse... Il faut répondre à beaucoup de questions, qui ne sont pas pertinentes ou qui ne correspondent pas aux catégories visées, de sorte qu'il est impossible d'y répondre de manière logique pour les services que nous fournissons.</p> <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Certains répondants ont indiqué que le système actuel d'AMA et d'OC était adéquat et juste. 	
RÉSULTAT	Réduire les incohérences dans les demandes au moyen de la normalisation des formulaires et de la formulation en vue de réduire la complexité des demandes et le temps à y consacrer.	

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.3.3 de la stratégie)

TPSGC se concentrera sur la simplification des demandes de soumissions comme suit :

- utilisation de modèles dont la formulation est simplifiée et uniformisée;
- uniformisation de la formulation des documents de demandes de soumissions dans un sommaire d'une page;
- imposition d'une limite de pages pour la présentation des propositions.

Commentaire pertinent

SUJET	Cohérence des critères d'évaluation des soumissions	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un certain nombre de clients souhaitaient que l'on accorde plus d'importance à la créativité et à l'innovation lors de la sélection plutôt que d'opter pour le moins-disant. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lorsqu'on a sollicité des commentaires sur l'évaluation des soumissions et les critères de sélection, un client a mentionné que les critères d'évaluation n'étaient pas trop restrictifs. Toutefois, ce client était d'avis que les critères d'évaluation ne devaient pas être exposés en détail (notation et pondération) aux soumissionnaires, simplement parce que ces derniers sauraient ainsi comment les notes sont calculées et ce qui est considéré comme « plus important » pour l'entrepreneur. 	<p>En faveur</p> <ul style="list-style-type: none"> • En général, les fournisseurs ont indiqué que les concours du gouvernement du Canada ne mettaient jamais l'accent sur l'évaluation de la qualité. Tous les répondants au sondage voulaient que l'on accorde plus d'importance à la qualité du travail qu'au prix. • Bon nombre de fournisseurs étaient d'avis que la qualité du produit offerte par les petits fournisseurs et les grandes entreprises était semblable, mais que ces dernières pouvaient l'emporter sur les petits fournisseurs en raison du prix. De plus, ils estimaient que les critères de sélection actuels favorisaient le moins-disant et les grandes entreprises. <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aucun fournisseur n'a indiqué qu'il faudrait accorder une préférence au prix plutôt qu'au mérite technique ou à la qualité du produit.
RÉSULTAT	Modifier les critères d'évaluation afin qu'ils soient axés sur la qualité plutôt que sur le prix.	

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.3.3.1 de la stratégie)

TPSGC passera en revue les critères d'évaluation des soumissions pour chaque sous-catégorie de services de communication afin de s'assurer que les méthodologies d'évaluation sont claires et qu'elles ne sont pas exagérément restrictives. Les mesures suivantes seront prises à cet effet :

- examen de la méthode utilisée pour élaborer les critères d'évaluation;
- explication de la raison pour laquelle certaines méthodologies d'évaluation sont utilisées;
- cohérence entre les critères et l'envergure ainsi que la complexité des exigences;
- établissement de critères liés aux exigences et qui ne sont pas exagérément précis.

On accordera une plus grande importance à la mesure de l'aspect qualitatif de la solution présentée dans la proposition comme suit :

- accorder plus d'importance à l'évaluation des exigences techniques plutôt qu'au prix; la proportion sera conforme aux exigences de l'industrie, en fonction du degré de spécialisation requis dans chaque sous-catégorie;
- permettre la présentation d'échantillons de travail dans le cadre de l'évaluation;
- éliminer les demandes d'échantillons de création spéculatifs;
- accroître la flexibilité des exigences en matière de ressources de façon à permettre l'innovation et l'adaptation aux tendances de l'industrie.

5.4 Accès à la passation de marchés avec le gouvernement

Recommandation initiale (référence : août 2011, section 9.4 de la stratégie)

Continuer la collecte d'information auprès des fournisseurs et des ministères afin de cerner et d'éliminer les obstacles dans le cadre du processus d'évaluation et de sélection qui limitent inutilement la participation de fournisseurs qualifiés.

Commentaire pertinent

SUJET	Élimination des obstacles à la participation des fournisseurs qualifiés	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
En faveur	En faveur <ul style="list-style-type: none">• Les répondants qui estiment que les critères et les méthodologies sont trop restrictifs ont donné quelques exemples : ils sont bien servis par de nombreuses petites entreprises, et, parfois, même des personnes seules peuvent réaliser le travail à un faible prix. Si les critères relatifs à l'expérience ou au volume d'activité sont restrictifs, les fournisseurs visés seront éliminés et les coûts seront plus élevés pour le gouvernement. Un autre exemple qui a été donné était que la quantité de travail qu'un fournisseur reçoit au moyen d'une demande d'OC ou d'un AMA n'équivalait pas nécessairement au	En faveur <ul style="list-style-type: none">• Les répondants ont souvent mentionné que la préparation d'une soumission nécessitait trop de temps et de ressources, ce qui limitait grandement les petites et moyennes entreprises à participer à un tel processus. Les répondants ont également indiqué que des critères non pertinents et trop précis entraînaient inutilement leur exclusion de la concurrence pour des soumissions.• Plusieurs critères précis ont été qualifiés de restrictifs pour les petites entreprises, notamment : la durée du processus de demande, la concurrence contre de grandes entreprises pour l'obtention des contrats, les certifications ou diplômes

<p>travail investi pour répondre à la demande de propositions.</p> <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Les répondants qui étaient d'avis que les critères et les méthodologies n'étaient pas trop restrictifs ont donné quelques exemples illustrant le fait que ceux-ci ne présentaient pas de difficultés pour eux. Ils ont indiqué que le fait de mentionner les critères d'évaluation pouvait donner lieu à des soumissions « universelles » reposant davantage sur les éléments que l'agent de négociation des contrats veut entendre plutôt que sur des solutions ou des approches créatives auxquelles l'agent n'avait pas songé. 	<p>exigés, les contrats obtenus par le passé auprès du gouvernement, la couverture d'assurance excessive, les exigences obligatoires trop précises et l'exigence relative à une équipe d'employés.</p> <p>En opposition</p> <ul style="list-style-type: none"> De nombreux répondants au sondage (21 %) ont indiqué qu'ils ne trouvaient pas les critères d'évaluation trop restrictifs.
<p>RÉSULTAT</p>	<p>Simplifier davantage le processus de sélection des fournisseurs.</p>

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.3.3.1 de la stratégie)

<p>TPSGC passera en revue les critères de sélection des fournisseurs pour les services de communication afin de faciliter l'accès à la passation de marchés avec le gouvernement :</p> <ul style="list-style-type: none"> accepter des équivalences pour ce qui est des critères de formation (p. ex. nombre d'années d'expérience professionnelle); accepter des équivalences pour ce qui est de l'expérience professionnelle dans le cadre de projets gouvernementaux (p. ex. expérience dans le secteur privé); reconnaître la valeur des certifications professionnelles; éliminer les conditions contractuelles qui constituent un fardeau (p. ex. exiger de la part des fournisseurs qu'ils bénéficient d'une couverture d'assurance excessive); éliminer les critères relatifs au volume d'activités (p. ex. nombre minimum de projets réalisés dans le secteur public et nombre minimum d'employés); permettre la sous-traitance; limiter le nombre de lettres de recommandation requises (p. ex. accepter des coordonnées à titre de référence plutôt que des lettres de recommandation officielles); limiter le nombre d'échantillons de travail demandés.
--

5.5 Considérations environnementales

Recommandation initiale (référence : août 2011, section 9.5 de la stratégie)

<p>Intégrer progressivement des facteurs environnementaux appropriés et cohérents aux documents de demandes de soumissions pour des services de communication.</p> <p>La Direction de l'approvisionnement en communication, en collaboration avec l'Équipe des achats écologiques de la Direction générale des approvisionnements, élabore un Plan des achats écologiques pour chaque sous-catégorie, selon les besoins et en vue d'élargir progressivement les critères d'évaluation.</p>
--

Commentaire pertinent

SUJET	Intégration de considérations environnementales	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
En faveur	<ul style="list-style-type: none"> • Selon l'analyse quantitative, 82 % des répondants conviennent qu'il faut intégrer progressivement des exigences environnementales au moyen de critères cotés et de critères d'évaluation obligatoires. Quelques réponses comportaient des exemples indiquant que les fournisseurs pouvaient obtenir une note plus élevée pour l'intégration de pratiques environnementales dans leurs propositions. 	<ul style="list-style-type: none"> • La majorité des répondants (80 %) appuient l'intégration des considérations environnementales aux critères d'évaluation des soumissions. • De nombreux répondants ont toutefois indiqué que leurs services avaient un impact négligeable sur l'environnement, car ils n'avaient pas tenu compte de l'impact de leurs intrants de production dans leur évaluation environnementale (technologies informatiques, fournitures de bureau, conditionnement d'air et électricité).
En opposition	<ul style="list-style-type: none"> • Certains des fournisseurs qui intègrent des pratiques environnementales ont souvent un nombre de points plus élevé pour le prix. 	<ul style="list-style-type: none"> • Les répondants qui n'appuient pas l'intégration des critères environnementaux ont indiqué que le processus requis pour l'évaluation de l'impact sur l'environnement ne ferait qu'alourdir le processus de demande ou étaient d'avis que leur impact sur l'environnement était nul.
RÉSULTAT	Aucun changement n'a été apporté à l'orientation stratégique, mais des précisions ont été fournies (référence : novembre 2012, section 5.4 de la stratégie)	

5.6 Communications auprès des intervenants

Recommandation initiale (référence : août 2011, section 9.6 de la stratégie)

Coordonner un comité consultatif sur l'approvisionnement en matière de services de communication axé sur le client.

Commentaire pertinent

SUJET	Comité consultatif sur l'approvisionnement en matière de services de communication	
	MINISTÈRES	FOURNISSEURS
En faveur	<ul style="list-style-type: none"> • Les clients appuient fortement la mise sur pied d'un comité consultatif sur l'approvisionnement. La majorité des répondants au sondage ont indiqué qu'ils seraient intéressés à siéger au comité; un intérêt important a été manifesté à l'égard des sous-catégories des services de communication comme les services de 	<ul style="list-style-type: none"> • Un fournisseur a fait part du commentaire suivant : « TPSGC devrait créer un comité consultatif axé sur l'industrie, et pas seulement un comité consultatif axé sur le client. Ces comités devraient se réunir séparément, mais devraient également organiser une réunion annuelle conjointe. »

communication stratégique et les médias sociaux.	En opposition • Aucun commentaire pertinent.
En opposition • Aucun commentaire pertinent.	
RÉSULTAT	Mettre sur pied des groupes de travail de fournisseurs ainsi qu'un comité consultatif sur l'approvisionnement en matière de services de communication axé sur le client afin d'améliorer la communication avec les fournisseurs.

Nouvelle orientation stratégique (référence : novembre 2012, section 5.5 de la stratégie)

TPSGC mettra sur pied et coordonnera des comités consultatifs sur l'approvisionnement en matière de services de communication axés sur le client pour chaque sous-catégorie, selon les besoins. Cette mesure comprend une formation sur le processus d'approvisionnement et les méthodologies d'évaluation existantes. Des professionnels en communication des différents ministères seront invités à y participer.

Afin d'accroître la communication avec les fournisseurs, de suivre les tendances de l'industrie et de mieux informer les fournisseurs sur le processus d'approvisionnement, TPSGC mettra sur pied et coordonnera des groupes de travail de fournisseurs de services de communication pour chaque sous-catégorie, selon les besoins. Des fournisseurs de services de communication et des représentants d'associations de fournisseurs seront invités à y participer.

6 Recommandations supplémentaires

Aucune. Toutefois, les recommandations initiales ont été restructurées afin qu'elles soient plus claires.

7 Stratégie nationale d'approvisionnement

La version définitive de la Stratégie nationale d'approvisionnement en matière de services de communication sera publiée sur le Service électronique d'appels d'offres du gouvernement (actuellement MERX^{MC}) et sur GCPEDIA par l'intermédiaire du portail achatsetventes.gc.ca.

La Stratégie nationale d'approvisionnement en matière de services de communication entrera en vigueur au cours de l'exercice 2012-2013.