

RETURN BIDS TO:
RETOURNER LES SOUMISSIONS À:

Bid Receiving - PWGSC / Réception des soumissions - TPSGC

11 Laurier St. / 11, rue Laurier

Place du Portage, Phase III

Core 0A1 / Noyau 0A1

Gatineau

Québec

K1A 0S5

Bid Fax: (819) 997-9776

Request For a Standing Offer Demande d'offre à commandes

Regional Individual Standing Offer (RISO)

Offre à commandes individuelle régionale (OCIR)

Canada, as represented by the Minister of Public Works and Government Services Canada, hereby requests a Standing Offer on behalf of the Identified Users herein.

Le Canada, représenté par le ministre des Travaux Publics et Services Gouvernementaux Canada, autorise par la présente, une offre à commandes au nom des utilisateurs identifiés énumérés ci-après.

Comments - Commentaires

Vendor/Firm Name and Address

Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur

Issuing Office - Bureau de distribution

Communication Procurement Directorate/Direction de l'approvisionnement en communication

360 Albert St. / 360, rue Albert

12th Floor / 12ième étage

Ottawa

Ontario

K1A 0S5

Title - Sujet Production de vidéo et de photo	
Solicitation No. - N° de l'invitation M2989-144508/B	Date 2014-07-17
Client Reference No. - N° de référence du client M2989-14-4508	GETS Ref. No. - N° de réf. de SEAG PW-\$\$CX-027-65389
File No. - N° de dossier cx027.M2989-144508	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2014-08-01	Time Zone Fuseau horaire Eastern Daylight Saving Time EDT
Delivery Required - Livraison exigée See Herein	
Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à: Buck(CX Div.), Daniel	Buyer Id - Id de l'acheteur cx027
Telephone No. - N° de téléphone (613)998-8588 ()	FAX No. - N° de FAX (613)991-5870
Destination - of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction: ROYAL CANADIAN MOUNTED POLICE MAILSTOP #909 14200 GREEN TIMBERS WAY SURREY British Columbia V3T6P3 Canada	
Security - Sécurité This request for a Standing Offer does not include provisions for security. Cette Demande d'offre à commandes ne comprend pas des dispositions en matière de sécurité.	

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

Vendor/Firm Name and Address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Telephone No. - N° de téléphone Facsimile No. - N° de télécopieur	
Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/Firm (type or print) Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/ de l'entrepreneur (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)	
Signature	Date

Cette demande de soumissions annule et remplace la demande de soumissions numéro M2989-144508/A , datée du 2014-07-07, dont la date de clôture était le 2014-07-29, à 14:00 h.

TABLE DES MATIÈRES

PRODUCTION DE VIDÉOS ET DE PHOTOS D'INTÉRÊT PUBLIC SUR LA LUTTE CONTRE LES GANGS

PARTIE 1 - RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1. Introduction
2. Sommaire
3. Compte rendu
4. Termes-clés

PARTIE 2 - INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES OFFRANTS

1. Instructions, clauses et conditions uniformisées
2. Présentation des offres
3. Ancien fonctionnaire
4. Demandes de renseignements - demande d'offres à commandes
5. Lois applicables

PARTIE 3 - INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES OFFRES

1. Instructions pour la préparation des offres

PARTIE 4 - PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

1. Procédures d'évaluation
2. Méthode de sélection

PARTIE 5 - ATTESTATIONS

1. Attestations préalables à l'émission d'une offre à commandes

PARTIE 6 - OFFRE À COMMANDES ET CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

A. OFFRE À COMMANDES

1. Offre
2. Exigences relatives à la sécurité
3. Clauses et conditions uniformisées
4. Durée de l'offre à commandes
5. Responsables
6. Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires
7. Utilisateurs désignés
8. Procédures pour les commandes subséquentes
9. Instrument de commande
10. Limite des commandes subséquentes
11. Limitation financière

-
12. Ordre de priorité des documents
 13. Attestations
 14. Lois applicables

B. CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

1. Énoncé des travaux
2. Clauses et conditions uniformisées
3. Durée du contrat
4. Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires
5. Paiement
6. Instructions pour la facturation
7. Exigences en matière d'assurance
8. Ordre de priorité des documents
9. Protection contre la violation des droits moraux
10. Droit d'auteur
11. Mention de droit d'auteur
12. Mot-symbole « Canada »
13. Droits
14. Droits musicaux et autorisations
15. Normes techniques
16. Titre et numéro d'identification du produit
17. Entreposage

LISTE DES ANNEXES :

- Annexe A - Énoncé des travaux
- Annexe B - Base de paiement
- Annexe C - Exigences en matière d'assurance
- Annexe D - Grille d'évaluation

PRODUCTION DE VIDÉOS ET DE PHOTOS D'INTÉRÊT PUBLIC SUR LA LUTTE CONTRE LES GANGS

PARTIE 1 - RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1. Introduction

La demande d'offre à commandes (DOC) contient sept parties, ainsi que des pièces jointes et des annexes, et elle est divisée comme suit:

- | | |
|----------|--|
| Partie 1 | Renseignements généraux: renferme une description générale du besoin; |
| Partie 2 | Instructions à l'intention des offrants: renferme les instructions relatives aux clauses et conditions de la DOC; |
| Partie 3 | Instructions pour la préparation des offres: donne aux offrants les instructions pour préparer leur offre afin de répondre aux critères d'évaluation spécifiés; |
| Partie 4 | Procédures d'évaluation et méthode de sélection: décrit la façon selon laquelle se déroulera l'évaluation, les critères d'évaluation auxquels on doit répondre, ainsi que la méthode de sélection; |
| Partie 5 | Attestations: comprend les attestations à fournir; |
| Partie 6 | 6A, Offre à commandes, et 6B, Clauses du contrat subséquent:

6A, contient l'offre à commandes incluant l'offre de l'offrant et les clauses et conditions applicables;

6B, contient les clauses et les conditions qui s'appliqueront à tout contrat résultant d'une commande subséquente à l'offre à commandes. |

Les annexes comprennent l'Énoncé des travaux, la Base de paiement, les Exigences en matière d'assurance et le Grille d'Évaluation.

2. Sommaire

Le Groupe spécial interpolices de la Colombie-Britannique (GSI-C-B) de la Gendarmerie royale du Canada (GRC) souhaite établir une offre à commandes individuelle et nationale (OCIN) subséquente à la présente demande d'offres à commandes pour la prestation de services de production de vidéos et de photographie.

Dans le cadre de la campagne de lutte contre les gangs, et sur demande, l'offrant devra créer des scénarimages et des scénarios, livrer les vidéos sur des DVD et dans un format adapté au Web, notamment : .avi, .mov (1024 pixels x 768 pixels ou supérieur), mp4, ou prêt pour baladodiffusion et qualité radiodiffusion. En ce qui a trait aux photographies, elles devront être en haute définition/résolution pour affiches de grand format (18 po sur 24 po sur 36 po), sites Web, publications écrites (remarque : aucun service d'impression n'est demandé).

La période d'offre à commandes se terminera le 30 juin 2016.

Les offrants doivent fournir une liste de noms ou toute autre documentation connexe, selon les besoins, conformément à l'article 01 des instructions uniformisées 2006.

Pour les besoins de services, les offrants qui touchent une pension ou qui ont reçu un paiement forfaitaire, doivent fournir les renseignements demandés, tel que décrit à l'article 3 de la Partie 2 de la demande de soumissions.

Le besoin est limité aux produits et (ou) aux services canadiens.

La présente offre à commandes exclut les livraisons destinées aux adresses situées dans les secteurs touchés par une entente de revendications territoriales globales (ERTG).

3. Compte rendu

Les offrants peuvent demander un compte rendu des résultats du processus de demande d'offres à commandes. Les offrants devraient en faire la demande au responsable de l'offre à commandes dans les 15 jours ouvrables, suivant la réception des résultats du processus de demande d'offres à commandes. Le compte rendu peut être fourni par écrit.

4. Termes-clés

Offre à commandes - Offre faite par un fournisseur de fournir sur demande à des clients des biens et (ou) des services selon des prix ou une base de tarification préétablis et conformément à des modalités définies pour une durée précisée. On conclut un contrat distinct chaque fois qu'on passe une commande subséquente dans le cadre d'une offre à commandes. Lorsqu'on passe une commande subséquente, les modalités sont déjà établies, et le Canada doit accepter sans condition l'offre du fournisseur. La responsabilité du Canada est limitée à la valeur réelle des commandes subséquentes passées au cours de la durée précisée dans l'offre à commandes.

Titulaire d'offre à commandes - Un offrant pleinement qualifié (une personne ou une entreprise qui présente une offre en réponse à une demande d'offre à commandes) à qui une offre à commandes est ensuite autorisée et qui est en possession de celle-ci.

Commande subséquente à une offre à commandes - Commande émise en vertu des pouvoirs de l'utilisateur autorisé en bonne et due forme, dans le cadre d'une offre à commandes précise. Lorsqu'on passe une commande subséquente à l'offrant dans le cadre de l'offre à commandes, on accepte cette offre pour les biens ou les services commandés ou pour les deux à la fois, ce qui donne lieu à un contrat. Le Canada, représenté par le ministre de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada, et l'offrant sont les parties au contrat qui entre en vigueur lorsqu'on passe une commande subséquente à une offre à commandes.

PARTIE 2 - INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES OFFRANTS

1. Instructions, clauses et conditions uniformisées

Toutes les instructions, clauses et conditions identifiées dans la demande d'offres à commandes (DOC) par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans le Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat (<https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisees-d-achat>) publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

Les offrants qui présentent une offre s'engagent à respecter les instructions, les clauses et les conditions de la DOC et acceptent les clauses et les conditions de l'offre à commandes et du ou des contrats subséquents.

2006 (2014-06-26) Instructions uniformisées - demande d'offres à commandes - biens ou services - besoins concurrentiels, sont incorporées par renvoi à la DOC et en font partie intégrante.

Le paragraphe 5.4 du document 2006, Instructions uniformisées - demande d'offres à commandes - biens ou services - besoins concurrentiels, est modifié comme suit :

Supprimer : soixante (60) jours
Insérer : quatre-vingt dix (90) jours

2. Présentation des offres

Les offres doivent être présentées uniquement au Module de réception des soumissions de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) au plus tard à la date, à l'heure et à l'endroit indiqués à la page 1 de la demande d'offres à commandes.

En raison du caractère de la demande d'offre à commandes, les offres transmises par télécopieur à l'intention de TPSGC ne seront pas acceptées.

3. Ancien fonctionnaire

Les contrats attribués à des anciens fonctionnaires qui touchent une pension ou qui ont reçu un paiement forfaitaire doivent résister à l'examen scrupuleux du public et constituer une dépense équitable des fonds publics. Afin de respecter les politiques et les directives du Conseil du Trésor sur les contrats attribués à des anciens fonctionnaires, les soumissionnaires doivent fournir l'information exigée ci-dessous avant l'attribution du contrat. Si la réponse aux questions et, s'il y a lieu les renseignements requis, n'ont pas été fournis par le temps où l'évaluation des soumissions est complétée, le Canada informera le soumissionnaire du délai à l'intérieur duquel l'information doit être fournie. Le défaut de se conformer à la demande du Canada et satisfaire à l'exigence dans le délai prescrit rendra la soumission non recevable.

Définition

Aux fins de cette clause, « *ancien fonctionnaire* » signifie tout ancien employé d'un ministère au sens de la Loi sur la gestion des finances publiques, L.R., 1985, ch. F-11, un ancien membre des Forces armées canadiennes ou de la Gendarmerie royale du Canada. Un ancien fonctionnaire peut être :

- a. un individu;
- b. un individu qui s'est incorporé;
- c. une société de personnes constituée d'anciens fonctionnaires; ou

- d. une entreprise à propriétaire unique ou une entité dans laquelle la personne visée détient un intérêt important ou majoritaire.

« *période du paiement forfaitaire* » signifie la période mesurée en semaines de salaire à l'égard de laquelle un paiement a été fait pour faciliter la transition vers la retraite ou vers un autre emploi par suite de la mise en place des divers programmes visant à réduire la taille de la fonction publique. La période du paiement forfaitaire ne comprend pas la période visée par l'allocation de fin de services, qui se mesure de façon similaire.

« *pension* » signifie une pension ou une allocation annuelle versée en vertu de la Loi sur la pension de la fonction publique (LPFP), L.R., 1985, ch. P-36, et toute augmentation versée en vertu de la Loi sur les prestations de retraite supplémentaires, L.R., 1985, ch. S-24, dans la mesure où elle touche la LPFP. La pension ne comprend pas les pensions payables conformément à la Loi sur la pension de retraite des Forces canadiennes, L.R., 1985, ch. C-17, à la Loi sur la continuation de la pension des services de défense, 1970, ch. D-3, à la Loi sur la continuation des pensions de la Gendarmerie royale du Canada, 1970, ch. R-10, et à la Loi sur la pension de retraite de la Gendarmerie royale du Canada, L.R., 1985, ch. R-11, à la Loi sur les allocations de retraite des parlementaires, L.R., 1985, ch. M-5, et à la partie de la pension versée conformément à la Loi sur le Régime de pensions du Canada, L.R., 1985, ch. C-8.

Ancien fonctionnaire touchant une pension

Selon les définitions ci-dessus, est-ce que le soumissionnaire est un ancien fonctionnaire touchant une pension?

OUI () NON ()

Si oui, le soumissionnaire doit fournir l'information suivante pour tous les anciens fonctionnaires touchant une pension, le cas échéant :

- le nom de l'ancien fonctionnaire;
- la date de cessation d'emploi dans la fonction publique ou de la retraite.

En fournissant cette information, les soumissionnaires acceptent que le statut du soumissionnaire retenu, en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la LPFP, soit publié dans les rapports de divulgation proactive des marchés, sur les sites Web des ministères, et ce conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2 et les Lignes directrices sur la divulgation des marchés.

Directive sur le réaménagement des effectifs

Est-ce que le soumissionnaire est un ancien fonctionnaire qui a reçu un paiement forfaitaire en vertu de la Directive sur le réaménagement des effectifs?

OUI () NON ()

Si oui, le soumissionnaire doit fournir l'information suivante :

- le nom de l'ancien fonctionnaire;
- les conditions de l'incitatif versé sous forme de paiement forfaitaire;
- la date de la cessation d'emploi;
- le montant du paiement forfaitaire;
- le taux de rémunération qui a servi au calcul du paiement forfaitaire;

-
- f. la période correspondant au paiement forfaitaire, incluant la date du début, d'achèvement et le nombre de semaines;
 - g. nombre et montant (honoraires professionnels) des autres contrats assujettis aux conditions d'un programme de réaménagement des effectifs.

Pour tous les contrats attribués pendant la période du paiement forfaitaire, le montant total des honoraires qui peut être payé à un ancien fonctionnaire qui a reçu un paiement forfaitaire est limité à 5 000 \$, incluant les taxes applicables.

4. Demandes de renseignements - demande d'offres à commandes

Toutes les demandes de renseignements doivent être présentées par écrit au responsable de l'offre à commandes au moins dix (10) jours civils avant la date de clôture de la demande d'offres à commandes (DOC). Pour ce qui est des demandes de renseignements reçues après ce délai, il est possible qu'on ne puisse pas y répondre.

Les offrants devraient citer le plus fidèlement possible le numéro de l'article de la DOC auquel se rapporte la question et prendre soin d'énoncer chaque question de manière suffisamment détaillée pour que le Canada puisse y répondre avec exactitude. Les demandes de renseignements techniques qui ont un caractère « exclusif » doivent porter clairement la mention « exclusif » vis-à-vis de chaque article pertinent. Les éléments portant la mention « exclusif » feront l'objet d'une discrétion absolue, sauf dans les cas où le Canada considère que la demande de renseignements n'a pas un caractère exclusif. Dans ce cas, le Canada peut réviser les questions ou peut demander à l'offrant de le faire, afin d'en éliminer le caractère exclusif, et permettre la transmission des réponses à tous les offrants. Le Canada peut ne pas répondre aux demandes de renseignements dont la formulation ne permet pas de les diffuser à tous les offrants.

5. Lois applicables

L'offre à commandes et tout contrat découlant de l'offre à commandes seront interprétés et régis selon les lois en vigueur l'Ontario et les relations entre les parties seront déterminées par ces lois.

À leur discrétion, les offrants peuvent indiquer les lois applicables d'une province ou d'un territoire canadien de leur choix, sans que la validité de leur offre ne soit mise en question, en supprimant le nom de la province ou du territoire canadien précisé et en insérant le nom de la province ou du territoire canadien de leur choix. Si aucun changement n'est indiqué, cela signifie que les offrants acceptent les lois applicables indiquées.

PARTIE 3 - INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES OFFRES

1. Instructions pour la préparation des offres

Le Canada demande que les offrants fournissent leur offre en sections distinctes, comme suit :

Section I : offre technique (Cinq (5) copies papier et Une (1) copie électroniques sur CD, DVD ou clé USB)

Section II : offre financière (Deux (2) copies papier et Une (1) copie électroniques sur CD, DVD ou clé USB)

Section III: attestations (Deux (2) copies papier).

En cas d'incompatibilité entre le libellé de la copie électronique et de la copie papier, le libellé de la copie papier l'emportera sur celui de la copie électronique.

Les prix doivent figurer dans l'offre financière seulement. Aucun prix ne doit être indiqué dans une autre section de l'offre.

Le Canada demande que les offrants suivent les instructions de présentation décrites ci-après pour préparer leur offre.

- a) utiliser du papier de 8,5 po x 11 po (216 mm x 279 mm);
- b) utiliser un système de numérotation correspondant à celui de la demande d'offres à commandes.

En avril 2006, le Canada a approuvé une politique exigeant que les agences et ministères fédéraux prennent les mesures nécessaires pour incorporer les facteurs environnementaux dans le processus d'approvisionnement Politique d'achats écologiques

(<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ecologisation-greening/achats-procurement/politique-policy-fra.html>).

Pour aider le Canada à atteindre ses objectifs, les offrants devraient :

- 1) utiliser du papier de 8,5 po x 11 po (216 mm x 279 mm) contenant des fibres certifiées provenant d'un aménagement forestier durable et contenant au moins 30 % de matières recyclées; et
- 2) utiliser un format qui respecte l'environnement : impression noir et blanc, recto-verso/à double face, broché ou agrafé, sans reliure Cerlox, reliure à attaches ni reliure à anneaux.

Section I : Offre technique

Dans leur offre technique, les offrants devraient expliquer et démontrer comment ils entendent répondre aux exigences et comment ils réaliseront les travaux.

Section II : Offre financière

Les offrants doivent présenter leur offre financière en conformité avec l'annexe B, Base de paiement. Le montant total des taxes applicables doit être indiqué séparément.

Paiement par carte de crédit

Le Canada demande que les offrants complètent l'une des suivantes :

- a) () les cartes d'achat du gouvernement du Canada (cartes de crédit) seront acceptées pour le paiement des commandes subséquentes à l'offre à commandes.

Les cartes de crédit suivantes sont acceptées :

VISA _____

Master Card _____

- b) () les cartes d'achat du gouvernement du Canada (cartes de crédit) ne seront pas acceptées pour le paiement des commandes subséquentes à l'offre à commandes.

L'offrant n'est pas obligé d'accepter les paiements par carte de crédit.

L'acceptation du paiement par carte de crédit des commandes ne sera pas considérée comme un critère d'évaluation.

Section III: Attestations

Les offrants doivent présenter les attestations exigées à la Partie 5.

PARTIE 4 - PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

1. Procédures d'évaluation

- a) Les offres seront évaluées par rapport à l'ensemble du besoin de la demande d'offre à commandes incluant les critères d'évaluation techniques et financiers.
- b) Une équipe d'évaluation composée de représentants du Canada évaluera les offres.

1.1 Évaluation technique

1.1.1 Critères techniques obligatoires

O.1 Expérience de l'entreprise – Échantillons vidéo

O.1.1 Démonstration audio-visuelle (Les échantillons vidéo pertinents seront évalués en fonction des critères d'évaluation précisés dans la rubrique **R.1**).

L'offrant **DOIT** démontrer qu'il possède l'expérience nécessaire pour tourner des vidéos à caractère dramatique qui feront partie d'une campagne de commercialisation ou de promotion et qui comporteront des éléments créatifs. Cette démonstration ne comprend pas les vidéos de formation ou les vidéos sous forme d'entrevues.

L'offrant **DOIT** présenter une (1) démonstration vidéo sur support DVD, Blu-ray ou clé USB comprenant trois (3) échantillons vidéo produits et complétés depuis le 31 mars 2010 qui feront l'objet d'une évaluation dans la rubrique R.1.

La durée totale de l'ensemble des trois échantillons ne doit pas dépasser quinze (15) minutes.

Les vidéos **DOIVENT** avoir été entièrement réalisées par l'offrant dans leur langue originale (anglais ou français) dans le cadre de contrats auprès du secteur privé ou du secteur public.

Pour chaque échantillon, l'offrant **DOIT** mentionner la date et le budget de production, en plus d'indiquer le titre de la campagne dans laquelle s'inscrit la production de la vidéo.

O.1.2 Fiche de renseignements sur la démonstration vidéo

Les offrants **DOIVENT** présenter une **Fiche de renseignements sur la démonstration vidéo que l'on trouve dans l'appendice 1 à l'annexe D Grille d'évaluation** de la présente demande d'offre à commandes pour chacune des trois (3) vidéos présentées.

O.2 Expérience de l'entreprise – Échantillons photo

O.2.1 Démonstration photo (Les photos proposées seront évaluées en fonction des critères d'évaluation précisés dans la rubrique **R.2**).

L'offrant **DOIT** présenter un échantillon de trois (3) photos au format numérique jpeg ou pdf sur une clé USB, réalisées par l'offrant dans le cadre de contrats auprès du secteur privé ou du secteur public, pour des campagnes de commercialisation ou de promotion antérieures. **Pour chaque échantillon, l'offrant DOIT** mentionner la date et le budget de production, en plus d'indiquer le titre de la campagne dans laquelle s'inscrit la production de la photo.

O.2.2 Fiche de renseignements sur la démonstration photo

Les offrants DOIVENT présenter une **Fiche de renseignements sur la démonstration photo** que l'on trouve dans l'appendice 2 à l'annexe D Grille d'évaluation de la présente demande d'offre à commandes pour chacune des trois (3) photos présentées.

O.3 Offre Financière

L'offrant DOIT fournir les renseignements sur l'établissement des coûts en stricte conformité avec la base de paiement présentée à l'annexe B. Tout écart par rapport au barème des prix rendra l'offre non recevable.

LES OFFRES QUI NE RESPECTENT PAS TOUTES LES EXIGENCES OBLIGATOIRES SERONT REJETÉES D'EMBLÉE.

1.1.2 Critères techniques cotes

Les offres seront évaluées et notées conformément aux critères d'évaluation précis énumérés dans la présente section. Pour être considérés conformes, les offrants doivent obtenir le minimum requis de 70 % des points pour chaque critère coté, ainsi que la note de passage globale de 140 points. L'échelle de cotation compte **200 points**. Les offres dont le résultat pour l'un de ces critères sera de moins de 70 % seront rejetées d'emblée.

NOTA : L'attribution des points pour toutes les exigences cotées se fera à l'aide d'un facteur de pourcentage. Le nombre de points sera calculé en fonction de la valeur globale accordée à chaque critère. Par exemple, si nous attribuons une cote de 0,7 au point R.1.1 (50 points X 0,7 = 35 points), celle-ci équivaut à 70 % de la valeur totale attribuable à ce critère. Nous ne pouvons dévier de la grille de pointage établie. Par exemple, nous ne pourrions pas attribuer une cote de 0,75 (75 %). Il faudrait choisir entre 0,7 et 0,8 (70 % ou 80 %).

Les critères suivants seront évalués :

R.1 Expérience de l'entreprises et qualité des Exemples Fournis (Maximum : 100 points - minimum : 70 points)

L'offre de l'offrant sera évaluée en fonction des échantillons vidéo fournis conformément aux dispositions de la rubrique O.1. et des renseignements fournis dans l'appendice 1.

R.1.1 Échantillons vidéo – Objectifs du client, but recherché par la production et approche créatrice (Maximum : 45 points - minimum : 31,5 points)

Pour chaque vidéo produite et décrite dans la Fiche de renseignements sur la démonstration vidéo (appendice 1 à l'annexe D), les échantillons vidéo présentés devraient offrir une démonstration des objectifs du client concerné, du but recherché par la production et de l'approche créatrice utilisée par l'offrant. Chaque échantillon vidéo présenté devrait démontrer une utilisation efficace des éléments précisés dans l'appendice 1(f) : utilisation de l'éclairage, angles de prise de vues, effets spéciaux, éléments graphiques, son et musique, dans le cadre de l'approche créatrice retenue pour répondre aux objectifs précisés par les clients.

Facteurs, exprimés en pourcentage, utilisés lors de l'évaluation des exemples de production :

Non acceptable (0) : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.

La *Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration* pour chacun des trois (3) échantillons vidéo ne comporte pas de détails décrivant les objectifs du client, le but recherché par la production et l'approche créatrice retenue, comme il est précisé dans l'appendice 1.

ET (OU)

La qualité des images ou de la cinématographie d'un ou de plusieurs échantillons vidéo présentés ne correspond pas aux critères établis dans l'appendice 1 en vue de répondre aux objectifs du client aux fins de la production.

Acceptable (0,7) : **Il s'agit de la cote minimale établie.** La *Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration* pour chaque échantillon vidéo présenté comprend des détails décrivant les objectifs du client, le but recherché par la production et l'approche créatrice retenue pour chacun des trois (3) échantillons vidéo.

ET

Tous les échantillons vidéo présentés démontrent une qualité d'images et de cinématographie ainsi que l'utilisation des éléments précisés dans l'appendice 1 (f) qui répondent aux objectifs du client aux fins de la production.

ET

Chacun des trois (3) échantillons vidéo démontre une utilisation efficace de quatre (4) des six (6) éléments de l'approche créatrice mentionnés dans l'appendice 1 (f).

Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **un (1)** des échantillons vidéo proposés démontre une utilisation efficace de **plus de quatre (4)** des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (f).

Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **deux (2)** des échantillons vidéo proposés démontrent une utilisation efficace de **plus de quatre (4)** des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (f).

Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **trois (3)** des échantillons vidéo proposés démontrent une utilisation efficace de **plus de quatre (4)** des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (f).

R.1.2 Échantillons vidéo – Communication des thèmes et messages

(Maximum : 45 points - minimum : 31,5 points)

Les échantillons vidéo présentés devraient démontrer un traitement filmique ainsi qu'une utilisation efficace d'un scénario, du langage corporel et de la langue parlée, des techniques visuelles, des acteurs et d'autres techniques utilisées pour communiquer les thèmes et les messages et ainsi réaliser les objectifs du client et le but recherché par la production, comme il est précisé pour chaque échantillon vidéo dans l'appendice 1.

Non acceptable (0) : Les renseignements fournis sont jugés non pertinents ou insuffisants pour un projet de cette nature.

La soumission ne comprend pas une *Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration* pour chacun des trois (3) échantillons présentés.

OU

La *Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration* pour chacun des trois (3) échantillons vidéo ne fournit pas de détails décrivant les techniques utilisées dans la production pour communiquer le message, telles que précisées dans l'appendice 1.

ET (OU)

Un ou plusieurs des échantillons vidéo présentés ne réussissent pas à illustrer les objectifs des clients aux fins de la production, tels que précisés dans l'appendice 1. Le synopsis est incomplet et (ou) le scénario n'est pas limpide, et (ou) le langage corporel et la langue parlée ne correspondent pas au message et (ou) au public cible.

Acceptable (0,7) : Il s'agit de la cote minimale établie. La *Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration* pour chaque échantillon vidéo présenté comprend des détails décrivant les objectifs du client, le but des techniques utilisées dans la production pour communiquer le message pour chacun des trois (3) échantillons vidéo.

ET

Tous les échantillons vidéo présentés démontrent une communication du thème et du message souhaités ainsi que l'utilisation d'éléments précisés dans l'appendice (g) pour répondre aux objectifs du client. Le synopsis est complet, le scénario est limpide, tandis que le langage corporel et la langue parlée correspondent au message et sont appropriés pour le public cible.

ET

Chacun des trois (3) échantillons vidéo démontre une utilisation efficace de **trois (3) des cinq (5)** éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).

Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **un (1) des échantillons vidéo** proposés démontre une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).

Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **deux (2)** des échantillons vidéo proposés démontrent une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).

Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **chacun des trois (3)** échantillons vidéo proposés démontre une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).

R.1.3 Résultats de la production audio-visuelle (Maximum : 10 points - minimum : 7 points)

Au minimum, l'offrant devrait être en mesure de décrire la réussite de chacun des échantillons vidéo présentés. La description devrait comporter des détails décrivant les résultats obtenus et les réactions du public visé. La description devrait aussi comprendre des détails illustrant le niveau de satisfaction du client pour chaque échantillon vidéo présenté. L'offrant devrait incorporer une confirmation écrite (courriel ou lettre) du client à l'endroit de l'offrant.

Facteurs, exprimés en pourcentage, utilisés lors de l'évaluation des résultats de la production audiovisuelle :

Non acceptable (0) : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.

La description ne fournit pas de détails au sujet des résultats obtenus ou du niveau de satisfaction du client pour un ou plusieurs des échantillons présentés.

Acceptable (0,7) : Il s'agit de la cote minimale établie. La description comporte des détails décrivant les résultats obtenus et illustrant le niveau de satisfaction du client pour chacun des trois (3) échantillons vidéo présentés.

ET

La description fournie indique un résultat positif pour chacun des trois (3) échantillons vidéo présentés.

Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux précisés, une confirmation écrite du client concerné accompagne **un (1) des trois (3) échantillons vidéo** présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.

Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux précisés, une confirmation écrite du client concerné accompagne **deux (2) des trois (3) échantillons vidéo** présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.

Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux précisés, une confirmation écrite du client concerné accompagne **chacun des trois (3) échantillons vidéo** présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.

R.2 Expérience de l'entreprise et Qualité des échantillons photo fournis (Maximum : 100 points - minimum : 70 points)

L'offre de l'offrant sera évaluée en fonction des échantillons photo fournis conformément aux dispositions de la rubrique **O.2.** et des renseignements fournis dans l'appendice 2.

Les photos devraient comporter des éléments créatifs, illustrer des effets spéciaux et l'utilisation de techniques d'imagerie à grande gamme dynamique (HDR) ou de courbes de contrastes.

R.2.1 Échantillons photo – Objectifs des clients, but des campagnes pour lesquelles les photos ont été réalisées et approches innovatrices (Maximum : 45 points - minimum : 31,5 points)

Pour chaque photo produite et décrite dans la Fiche de renseignements sur la démonstration photo (l'appendice 2), les échantillons vidéo présentés devraient offrir une démonstration des objectifs du client concerné, du but recherché par la production et de l'approche créatrice utilisée par l'offrant. Les échantillons photo présentés devraient aussi démontrer l'utilisation des éléments de composition précisés dans l'appendice 2 (f) et énumérés ci-dessous :

utilisation de techniques d'imagerie, de contrastes, de la couleur et de l'équilibre chromatique, de l'éclairage, des ombres, de l'exposition, de l'ouverture, de plus ou moins de netteté, de l'effet bokeh, du flou ou d'autres techniques pour répondre aux objectifs précisés par le client dans l'appendice 2, dans le cadre de l'approche créatrice retenue pour réaliser les objectifs connus du client.

Facteurs, exprimés en pourcentage, utilisés lors de l'évaluation des exemples de production :

Non acceptable (0) : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.

La *Fiche de renseignements sur la démonstration photo* pour chacun des trois (3) échantillons photo ne comporte pas de détails décrivant les objectifs du client, le but de la campagne pour laquelle la photo a été réalisée et l'approche créatrice retenue, comme il est précisé dans l'appendice 2.

ET(OU)

Un ou plusieurs des échantillons photo présentés ne correspond(ent) pas à la qualité des images exigée, ou n'illustre(nt) pas l'utilisation de techniques d'imagerie telles que précisées dans l'appendice 2 pour réaliser les objectifs du client aux fins de la campagne pour laquelle la photo a été réalisée, ainsi que l'approche créatrice retenue telle que précisée dans l'appendice 2.

Acceptable (0,7) : **Il s'agit de la cote minimale établie.**

La *Fiche de renseignements sur la démonstration photo* pour chaque échantillon photo présenté fournit des détails décrivant les objectifs du client, le but de la campagne pour laquelle la photo a été réalisée et l'approche créatrice retenue pour chacun des trois (3) échantillons photo.

ET

Tous les échantillons photo présentés illustrent la qualité d'image exigée, une utilisation efficace de techniques d'imagerie et les éléments décrits dans l'appendice 2 (f), Approche innovatrice, pour réaliser les objectifs des clients aux fins des campagnes pour lesquelles les photos ont été produites..

ET

Chacun des trois (3) échantillons photo démontre une utilisation efficace de trois (3) des six (6) éléments de l'approche créatrice mentionnés dans l'appendice 2 (f).

Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **un (1)** des échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (f).

Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **deux (2)** des échantillons photo proposés démontrent une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (f).

Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **chacun des trois (3)** échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (f).

R.2.2 Échantillons photo – Communication des thèmes et des messages **(Maximum : 45 points - minimum : 31.5 points)**

Pour chaque échantillon photo décrit dans la Fiche de renseignements sur la démonstration photo (appendice 2), les échantillons photo présentés devraient démontrer une utilisation efficace des techniques visuelles : symétrie, techniques de brouillage ou de dispersion, recadrage, disposition et positionnement des sujets, angles de prise de vues, utilisation de la profondeur, et d'autres techniques pour communiquer les thèmes et les messages désirés et ainsi atteindre les objectifs du client et le but de la campagne pour laquelle la photo a été produite, tel qu'il est précisé dans l'appendice 2.

Non acceptable (0) : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.

La soumission ne comprend pas une *Fiche de renseignements sur la démonstration photo* pour chacun des trois (3) échantillons photo présentés.

OU

La *Fiche de renseignements sur la photo de démonstration* pour chacun des trois (3) échantillons photo ne fournit pas de détails décrivant les techniques utilisées dans la production pour communiquer le message, telles que précisées dans l'appendice 2.

ET (OU)

Un ou plusieurs des échantillons photo présentés ne réussissent pas à illustrer les objectifs des clients aux fins de la production, tels que précisés dans l'appendice 2. L'image est incomplète, obscure ou inappropriée pour le message à transmettre ou le public cible.

Acceptable (0,7) : Il s'agit de la cote minimale établie. La *Fiche de renseignements sur la photo de démonstration* pour chaque échantillon photo présenté comprend des détails décrivant les objectifs du client, le but des techniques utilisées dans la production pour communiquer le message pour chacun des trois (3) échantillons photo.

ET

Tous les échantillons photo présentés illustrent les objectifs du client et le but recherché par la production, tels que précisés dans l'appendice 2, en plus d'être appropriés pour le message à transmettre et le public cible.

ET

Chacun des trois (3) échantillons photo démontre une utilisation efficace **de trois (3) des sept (7) éléments indiqués dans l'appendice 2 (g)**. Tous les échantillons photo présentés démontrent une utilisation efficace des éléments précisés en vue de réaliser les objectifs des clients aux fins des campagnes concernées, tels que précisés dans l'appendice 2.

Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **un (1)** des échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (g).

Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **deux (2)** des échantillons photo proposés démontrent une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (g).

Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, **chacun des trois (3)** échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de **plus de trois (3)** des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (g).

R.2.3 Résultats de la production photographique (Maximum : 10 points - minimum : 7 points)

Au minimum, l'offrant devrait être en mesure de décrire la réussite de chacun des échantillons photo présentés. La description devrait comporter des détails décrivant les résultats obtenus et les réactions du public visé. La description devrait aussi comprendre des détails illustrant le niveau de satisfaction du client pour chaque échantillon photo présenté. L'offrant devrait incorporer une confirmation écrite (courriel ou lettre) du client à l'endroit de l'offrant.

Facteurs, exprimés en pourcentage, utilisés lors de l'évaluation des résultats de la production des photos :

Non acceptable (0) : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.

La description ne fournit pas de détails au sujet des résultats obtenus ou du niveau de satisfaction du client pour un ou plusieurs des échantillons photo présentés.

Acceptable (0,7) : **Il s'agit de la cote minimale établie.** La description comporte des détails décrivant les résultats obtenus et illustrant le niveau de satisfaction du client pour chacun des trois (3) échantillons photo présentés.

ET

La description fournie indique un résultat positif pour chacun des trois (3) échantillons photo présentés.

Bon (0,8) : En plus des exigences précisées en vue de répondre aux critères minimaux établis, une confirmation écrite du client concerné accompagne **un (1) des trois (3) échantillons photo** présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.

Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées en vue de répondre aux critères minimaux établis, une confirmation écrite du client concerné accompagne **deux (2) des trois (3) échantillons photo** présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.

Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées en vue de répondre aux critères minimaux établis, une confirmation écrite du client concerné accompagne les **trois (3) échantillons photo** présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.

1.2 Évaluation financière

1.2.1 Évaluation du prix

Le prix de l'offre sera évalué en dollars canadiens, excluant des taxes applicables, FAB destination, incluant les droits de douane et les taxes d'accise canadiens.

1.2.2 Critères d'évaluation financiers

Les offres jugées entièrement acceptables selon les critères indiqués à la section 2, Méthode de sélection ci-dessous, seront évaluées selon les prix proposés dans les offres financières.

L'offrant doit identifier les prix et les taux conformément à la feuille de calcul Excel de l'annexe B : Base de paiement, laquelle est distribuée au moyen de achatsetventes.gc.ca.

2. Méthode de sélection

2.1 Le prix le plus bas par point

1. Pour être déclarée recevable, une offre doit :
 - a. respecter toutes les exigences de la demande d'offres à commandes;
 - b. satisfaire à tous les critères d'évaluation techniques obligatoires; et
 - c. obtenir au moins 140 points pour l'ensemble des critères d'évaluation techniques qui sont cotés.
L'échelle de cotation compte 200 points.
2. Les offres ne répondant pas aux exigences de a) ou b) ou c) seront déclarées non recevables. L'offre recevable ayant obtenu le plus de points ou celle ayant le prix le plus bas ne sera pas nécessairement acceptée. L'offre recevable ayant le prix évalué le plus bas par point sera recommandée pour l'émission d'une offre à commandes.

PARTIE 5 - ATTESTATIONS

Les offrants doivent fournir les attestations et les renseignements connexes exigés pour qu'une offre à commandes leur soit émise.

Les attestations que les offrants remettent au Canada peuvent faire l'objet d'une vérification à tout moment par le Canada. Le Canada déclarera une offre non recevable, aura le droit de mettre de côté une offre à commandes, ou de mettre l'entrepreneur en défaut à remplir l'une de ses obligations prévues dans le cadre de tous contrats subséquents, s'il est établi qu'une attestation de l'offrant est fausse, sciemment ou non, que ce soit pendant la période d'évaluation des offres, pendant la période de l'offre à commandes, ou pendant la durée du contrat.

Le responsable de l'offre à commandes aura le droit de demander des renseignements supplémentaires pour vérifier les attestations de l'offrant. À défaut de répondre et de coopérer à toute demande ou exigence imposée par le responsable de l'offre à commandes, l'offre peut être déclarée non recevable ou pourrait entraîner la mise de côté de l'offre à commandes ou constituer un manquement aux termes du contrat.

1. Attestations préalables à l'émission d'une offre à commandes

1.1 Dispositions relatives à l'intégrité - renseignements connexes

En présentant une offre, l'offrant atteste que l'offrant et ses affiliés respectent les dispositions stipulées à l'article 01 Dispositions relatives à l'intégrité - offre, des instructions uniformisées 2006. Les renseignements connexes, tel que requis aux dispositions relatives à l'intégrité, assisteront le Canada à confirmer que les attestations sont véridiques.

1.2 Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation d'offre

En présentant une offre, l'offrant atteste que l'offrant, et tout membre de la coentreprise si l'offrant est une coentreprise, n'est pas nommé dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée » (http://www.travail.gc.ca/fra/normes_equite/eq/emp/pcf/liste/inelig.shtml) du Programme de contrats fédéraux (PCF) pour l'équité en matière d'emploi disponible sur le site Web d'Emploi et Développement social Canada (EDSC) - Travail.

Le Canada aura le droit de déclarer une offre non recevable ou de mettre de côté l'offre à commandes, si l'offrant, ou tout membre de la coentreprise si l'offrant est une coentreprise, figure dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée » du PCF au moment d'émettre l'offre à commandes ou durant la période de l'offre à commandes.

2. Attestations additionnelles préalables à l'émission d'une offre à commandes

Les attestations énumérées ci-dessous devraient être remplies et fournies avec l'offre mais elles peuvent être fournies plus tard. Si l'une de ces attestations n'est pas remplie et fournie tel que demandé, le responsable de l'offre à commandes informera l'offrant du délai à l'intérieur duquel les renseignements doivent être fournis. À défaut de se conformer à la demande du responsable de l'offre à commandes et de fournir les attestations dans le délai prévu, l'offre sera déclarée non recevable.

2.1 Attestation du contenu canadien

2.1.1 Clause du *Guide des CCUA* A3050T (2010-01-11) Définition du contenu canadien.

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

2.1.2 Cet achat est limité aux services canadiens.

L'offrant atteste que :

() le service offert est un service canadien tel qu'il est défini au paragraphe 2 de la clause A3050T.

PARTIE 6 - OFFRE À COMMANDES ET CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT**A. OFFRE À COMMANDES****1. Offre**

- 1.1** L'offrant offre de remplir le besoin conformément à l'énoncé des travaux reproduit à l'annexe « A ».

2. Exigences relatives à la sécurité

- 2.1** Cette offre à commandes ne comporte aucune exigence relative à la sécurité.

3. Clauses et conditions uniformisées

Toutes les clauses et conditions identifiées dans l'offre à commandes et contrat(s) subséquent(s) par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans le *Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat*

(<https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisee-s-d-achat>) publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

3.1 Conditions générales

2005 (2014-06-26), Conditions générales - offres à commandes - biens ou services, s'appliquent à la présente offre à commandes et en font partie intégrante.

4. Durée de l'offre à commandes**4.1 Période de l'offre à commandes**

Des commandes subséquentes à cette offre à commandes pourront être passées de la date d'attribution au 31 mars 2016.

5. Responsables**5.1 Responsable de l'offre à commandes**

Le responsable de l'offre à commandes est :

Daniel Buck
Agent d'approvisionnement
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Direction de l'approvisionnement en communication
360, rue Albert,
Ottawa, (Ontario) K1R 7X7

Téléphone : (613) 998-8588
Télécopieur : (613) 991-5870
Courriel : daniel.buck@pwgsc-tpsgc.gc.ca

Le responsable de l'offre à commandes est chargé de l'émission de l'offre à commandes et de son administration et de sa révision, s'il y a lieu. En tant qu'autorité contractante, il est responsable de toute

question contractuelle liée aux commandes subséquentes à l'offre à commandes passées par tout utilisateur désigné.

5.2 Chargé de projet

Le chargé de projet pour l'offre à commandes est :

Nom : _____
Titre : _____
Organisation : _____
Adresse : _____

Téléphone : ____ - ____ - _____
Télécopieur : ____ - ____ - _____
Courriel : _____

Le chargé de projet représente le ministère ou organisme pour lequel les travaux sont exécutés dans le cadre d'une commande subséquente à l'offre à commandes. Il est responsable de toutes les questions liées au contenu technique des travaux prévus dans le contrat subséquent.

5.3 Représentant de l'offrant

Le représentant de l'offrant pour l'offre à commandes est :

Nom : _____
Titre : _____
Organisation : _____
Adresse : _____

Téléphone : ____ - ____ - _____
Télécopieur : ____ - ____ - _____
Courriel : _____

6. Divulcation proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires

En fournissant de l'information sur son statut en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la Loi sur la pension de la fonction publique (LPFP), l'entrepreneur a accepté que cette information soit publiée sur les sites Web des ministères, dans le cadre des rapports de divulgation proactive des marchés, et ce, conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

7. Utilisateurs désignés

L'utilisateur désigné autorisé à passer des commandes subséquentes à l'offre à commandes est : Travaux publics et Services gouvernementaux Canada -Direction de l'approvisionnement en communication (TPSGC-DAC).

8. Procédures pour les commandes

- a. Le chargé de projet fait parvenir à la DAC/TPSGC les documents suivants :
 - une demande de biens et services (9200);
 - l'Énoncé des travaux (EDT) relatif au besoin;

-
- b. Le chargé de projet fournira au titulaire d'offres à commandes sélectionné la description des travaux à effectuer (voir annexe A). Le titulaire d'offres à commandes disposera d'un maximum de deux (2) jours ouvrables pour faire part de sa disponibilité à fournir les services demandés dans le délai prescrit pour le projet, à moins que le besoin ne soit considéré comme urgent par le chargé du projet, auquel cas, le délai de réponse sera plus court.
 - c. Dans les deux jours ouvrables suivant la signification de sa disponibilité et avant d'entreprendre les travaux, le titulaire d'offres à commandes présente au chargé de projet une estimation pour l'exécution des travaux décrits dans l'énoncé des travaux.
 - d. La valeur de l'estimation est calculée en multipliant les tarifs applicables spécifiés dans la base de paiement par le nombre d'heures de travail convenues par le chargé de projet. Le nombre d'heures doit être présenté par tranche d'une heure ou de 30 minutes. Aucune autre fraction (p. ex., 15 minutes) ne sera acceptée, et le titulaire d'offres à commandes devra présenter une nouvelle estimation le cas échéant. Une ventilation des coûts doit être soumise avec chaque proposition. Une nouvelle estimation sera exigée si la première estimation est rejetée par l'autorité contractante de la DAC ou le chargé de projet.
 - e. Les frais de déplacement et de subsistance engagés pour exécuter une commande subséquente à une offre à commandes sont remboursés au prix coûtant sous réserve de l'approbation préalable du chargé de projet et de leur conformité avec la Directive sur les voyages du Conseil du Trésor, comme précisé dans la base de paiement (voir l'annexe B).
 - f. L'autorité contractante de la DAC donne au titulaire d'offres à commandes l'autorisation d'effectuer les travaux lorsqu'il établit une commande subséquente à l'offre à commandes.
 - g. Les délais d'exécution négociés et spécifiés dans la commande subséquente à l'offre à commandes doivent être respectés.
 - h. Le titulaire d'offres à commandes ne doit pas entreprendre quelque travail spécifié que ce soit tant que l'autorité contractante de la DAC n'a pas établi de commande subséquente à l'offre à commandes. Le titulaire d'offres à commandes a l'entière responsabilité de toute tâche entreprise avant l'établissement d'une commande subséquente.

9. Instrument de commande

Les travaux seront autorisés ou confirmés par le ou les utilisateurs désignés par l'entremise du formulaire TPSGC-PWGSC 9200, Demande de biens et de services, et construction, ou une version électronique.

10. Limite des commandes subséquentes

Les commandes individuelles subséquentes à l'offre à commandes ne doivent pas dépasser **30 000,00 \$** (taxes applicables et frais de déplacement et de subsistance incluses).

11. Limitation financière

Le coût total, pour le Canada, des commandes subséquentes à l'offre à commandes ne doit pas dépasser le montant de **250 000,00 \$**, (taxes applicables exclues) à moins d'une autorisation écrite du responsable de l'offre à commandes. L'offrant ne doit pas exécuter de travaux ou fournir des services ou des articles sur réception de commandes qui porteraient le coût total, pour le Canada à un montant supérieur au montant indiqué précédemment, sauf si une telle augmentation est autorisée.

L'offrant doit aviser le responsable de l'offre à commandes si cette somme est suffisante dès que 75 p. 100 de ce montant est engagé, ou six (6) mois avant l'expiration de l'offre à commandes, selon la première des deux circonstances à se présenter. Toutefois, si à n'importe quel moment, l'offrant juge que ladite limite sera dépassée, il doit en aviser aussitôt le responsable de l'offre à commandes.

12. Ordre de priorité des documents

En cas d'incompatibilité entre le libellé des textes énumérés dans la liste, c'est le libellé du document qui apparaît en premier sur la liste qui l'emporte sur celui de tout autre document qui figure plus bas sur la liste.

- a) la commande subséquente à l'offre à commandes, incluant les annexes;
- b) les articles de l'offre à commandes;
- c) les conditions générales 2005 (2014-06-26), Conditions générales - offres à commandes - biens ou services
- d) Les conditions générales supplémentaires 4007 (2010-08-16), Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux;
- e) les conditions générales 2010B (2014-06-26), Conditions générales - services professionnels (complexité moyenne);
- f) l'Annexe « A », Énoncé des travaux;
- g) l'Annexe « B », Base de paiement;
- h) l'Annexe « C », Exigences en matière d'assurance;
- i) l'offre de l'offrant en date du _____.

13. Attestations

13.1 Conformité

Le respect continu des attestations fournies par l'offrant avec son offre ainsi que la coopération constante quant aux renseignements connexes sont des conditions d'émission de l'offre à commandes (OC). Les attestations pourront faire l'objet de vérifications par le Canada pendant toute la durée de l'offre à commandes et de tout contrat subséquent qui serait en vigueur au-delà de la période de l'OC. En cas de manquement à toute déclaration de la part de l'offrant ou à fournir les renseignements connexes, ou encore si on constate que les attestations qu'il a fournies avec son offre comprennent de fausses déclarations, faites sciemment ou non, le Canada aura le droit de résilier tout contrat subséquent pour manquement et de mettre de côté l'offre à commandes.

13.2 Clauses du *Guide des CCUA*

Clause du Guide des CCUA M3060 (2008-05-12) Attestation du contenu canadien

14. Lois applicables

L'offre à commandes et tout contrat découlant de l'offre à commandes doivent être interprétés et régis selon les lois en vigueur l'Ontario et les relations entre les parties seront déterminées par ces lois.

B. CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

Les clauses et conditions suivantes s'appliquent et font partie intégrante de tout contrat résultant d'une commande subséquente à l'offre à commandes.

1. Énoncé des travaux

L'entrepreneur doit exécuter les travaux décrits dans la commande subséquente à l'offre à commandes.

2. Clauses et conditions uniformisées

2.1 Conditions générales

2010B (2014-06-26), Conditions générales - services professionnels (complexité moyenne) s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

L'article 15, Intérêt sur les comptes en souffrance, de 2010B (2014-06-26) Conditions générales - services professionnels (complexité moyenne) ne s'applique pas aux paiements faits par carte de crédit.

2.2 Conditions générales supplémentaires

4007 (2010-08-16) Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

3. Durée du contrat

3.1 Période du contrat

Les travaux doivent être exécutés conformément à la commande subséquente à l'offre à commandes.

4. Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires

En fournissant de l'information sur son statut en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la Loi sur la pension de la fonction publique (LPFP), l'entrepreneur a accepté que cette information soit publiée sur les sites Web des ministères, dans le cadre des rapports de divulgation proactive des marchés, et ce, conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

5. Paiement

5.1 Base de paiement - Prix unitaire(s) ferme(s)

À condition de remplir de façon satisfaisante toutes ses obligations en vertu du contrat, l'entrepreneur sera payé des prix unitaire(s) ferme(s) précisé(s) dans l'annexe B, selon un montant total de _____ \$ (insérer le montant au moment de l'attribution du contrat). Les droits de douane sont exclus et les taxes applicables sont en sus.

Le Canada ne paiera pas l'entrepreneur pour tout changement à la conception, toute modification ou interprétation des travaux, à moins que ces changements à la conception, ces modifications ou ces interprétations n'aient été approuvés par écrit par l'autorité contractante avant d'être intégrés aux travaux.

5.2 Base de Paiement - Limitation des dépenses

Pour les travaux décrits les section A.6 et A.7 de l'énoncé des travaux à l'annexe A:

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux, établis conformément à la base de paiement à l'annexe B, jusqu'à une limitation des dépenses de _____ \$ (insérer le montant au moment de l'attribution du contrat). Les droits de douane sont exclus et les taxes applicables sont en sus.

5.3 Frais de déplacement et de subsistance

L'entrepreneur sera remboursé pour les frais autorisés de déplacement et de subsistance qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux, au prix coûtant, sans aucune indemnité pour les frais généraux ou le profit, conformément aux indemnités relatives aux repas, à l'utilisation d'un véhicule privé, et aux faux frais qui sont précisées aux appendices B, C et D de la Directive sur les voyages du Conseil du Trésor, et selon les autres dispositions de la Directive qui se rapportent aux « voyageurs » plutôt que celles qui se rapportent aux « employés ».

Tout déplacement doit être approuvé au préalable par le chargé de projet. Tous les paiements peuvent faire l'objet d'une vérification par le gouvernement.

Coût estimatif : _____ \$

5.4 Clauses du *Guide des CCUA*

Clause du *Guide des CCUA* H1000C (2008-05-12), Paiement unique

Clause du *Guide des CCUA* H1001C (2008-05-12), Paiements multiples

5.5 Paiement par carte de crédit

La carte de crédit suivante est acceptée : _____.

OU

Les cartes de crédit suivantes sont acceptées : _____ et _____.

6. Instructions pour la facturation

1. L'entrepreneur doit soumettre ses factures conformément à l'article intitulé « Présentation des factures » des conditions générales. Les factures ne doivent pas être soumises avant que tous les travaux identifiés sur la facture soient complétés.

Chaque facture doit être appuyée par:

- i. une copie des feuilles de temps pour corroborer le temps de travail réclamé;
- ii. une copie des factures, reçus, pièces justificatives pour tous les frais directs et pour tous les frais de déplacement et de subsistance;

2. Les factures doivent être distribuées comme suit:

- i. L'original et un (1) exemplaire doivent être envoyés à l'adresse qui apparaît à la Page 1 du contrat pour attestation et paiement.
- ii. Un (1) exemplaire doit être envoyé à l'autorité contractante identifiée sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.

7. Exigences en matière d'assurance

L'entrepreneur doit respecter les exigences en matière d'assurance prévues à l'annexe C. L'entrepreneur doit maintenir la couverture d'assurance exigée pendant toute la durée du contrat. Le respect des exigences en matière d'assurance ne dégage pas l'entrepreneur de sa responsabilité en vertu du contrat, ni ne la diminue.

L'entrepreneur est responsable de décider si une assurance supplémentaire est nécessaire pour remplir ses obligations en vertu du contrat et pour se conformer aux lois applicables. Toute assurance supplémentaire souscrite est à la charge de l'entrepreneur ainsi que pour son bénéfice et sa protection.

L'entrepreneur doit faire parvenir à l'autorité contractante, dans les dix (10) jours suivant la date d'attribution du contrat, un certificat d'assurance montrant la couverture d'assurance et confirmant que la police d'assurance conforme aux exigences est en vigueur. Pour les soumissionnaires établis au Canada, l'assurance doit être souscrite auprès d'un assureur autorisé à faire affaire au Canada, cependant, pour les soumissionnaires établis à l'étranger, la couverture d'assurance doit être prise avec un assureur détenant une cote A.M. Best d'au moins « A- ». L'entrepreneur doit, à la demande de l'autorité contractante, transmettre au Canada une copie certifiée de toutes les polices d'assurance applicables

8. Ordre de Priorité des documents

En cas d'incompatibilité entre les textes énumérés dans la liste, c'est le libellé du document qui apparaît en premier sur la liste qui l'emporte sur celui de tout autre document qui figure plus bas sur ladite liste.

- a. Les articles de la convention;
- b. les conditions générales 2005 (2014-06-26), Conditions générales - offres à commandes - biens ou services
- c. les conditions générales 2010B (2014-06-26), Conditions générales - services professionnels (complexité moyenne);
- d. Les conditions générales supplémentaires 4007 (2010-08-16), Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux;
- e. l'Annexe « A », Énoncé des travaux;
- f. La soumission de l'entrepreneur en date du à être déterminé.

9. Protection contre la violation des droits Moraux

L'entrepreneur doit tenir le Canada et le Ministre indemnes et à couvert des réclamations, pertes, dommages-intérêts, frais et dépenses, subis ou engagés par le Canada et résultant d'une action ou poursuite judiciaire en contrefaçon intentée ou entreprise, ou qui risque d'être intentée ou entreprise, par une personne que l'entrepreneur était chargé de diriger et de contrôler pendant la durée du contrat, et qui revendique ou entend revendiquer un droit moral, selon la définition dans la *Loi sur les droits d'auteur*.

L'obligation de protéger énoncée dans la présente clause se prolonge au delà de la date d'expiration du présent contrat et demeurera en vigueur tant que l'ouvrage créé en vertu du présent contrat sera protégé par un droit d'auteur. L'entrepreneur peut autrement fournir une renonciation écrite des droits moraux, signée et certifiée véritable, de chaque individu qui a contribué au scénario, à la création, à la production et au montage du travail livré.

10. Droit d'auteur

Le Canada sera seul détenteur des droits d'auteur rattachés à tous les produits résultant des travaux et tout matériel fourni sera la propriété du Canada. L'entrepreneur veillera à entreposer dans des conditions convenables (sécurité, température, humidité, etc.) tout article en sa possession jusqu'à ce qu'il soit adéquatement identifié, emballé et expédié. La reproduction de tout document ou d'autres données sera interdite sans l'autorisation écrite expresse de l'autorité responsable du projet.

11. Mention de droit d'auteur

L'entrepreneur insérera la mention des droits d'auteur dans les titres de la fin, sous la forme du symbole © suivi du nom du Ministre et de l'année durant laquelle la production s'est terminée, le tout dans chaque langue officielle comme suit :

Français : © Sa Majesté la Reine du chef du Canada, représenté par (le fournisseur doit insérer le nom du ministère), (le fournisseur doit insérer l'année).

Anglais : © Her Majesty the Queen in right of Canada, represented by (le fournisseur doit insérer le nom du ministère), (le fournisseur doit insérer l'année).

La mention en question devra figurer seule, sur une seule ligne; sa taille et sa durée devront être suffisantes pour en permettre une lecture aisée.

12. Mot-Symbole « Canada »

Le mot-symbole « Canada » devra figurer seul dans la dernière image de la production; sa taille et la durée de sa présentation seront suffisantes pour en permettre une lecture aisée.

13. Droits:

13.1 Droits des données :

Toute la documentation remise par le fournisseur doit devenir la propriété du gouvernement du Canada. Le gouvernement du Canada doit posséder les droits pleins et entiers de reproduire, d'utiliser et de divulguer, pour les besoins du gouvernement du Canada, la totalité ou une partie des documents/données que doit fournir l'entrepreneur dans le cadre d'un contrat.

13.1.1 Droits sous-jacents :

L'entrepreneur doit obtenir les droits sous-jacents de tout matériel écrit, filmé, photographié, dessiné, animé, conçu ou acquis, y compris les performances d'artistes, la musique, les effets, de même que les permis d'utilisation de logiciels auteurs pour ce qui suit, en plus de fournir des preuves documentées de ces permis (versions), ainsi que l'autorisation de montrer la dite production à l'aide de quelque média existant ou à inventer, y compris les transferts et les reproductions nécessaires, pour ce qui suit :

Utilisations : utilisation à des fins d'éducation ou d'information, utilisation non commerciale*, droit non commercial de distribuer par la vente, le prêt ou un cadeau promotionnel des copies dans n'importe quel format ou média existant ou à inventer, sans se limiter aux représentations publiques et aux expositions publiques;

Format : tous les supports numériques encodés sont acceptés, y compris le disque rigide, la disquette, le disque compact (CD-ROM, CD-ROM-XA, CDI, DVD, DVD-R, ID-ROM, WEB, etc.), les

dispositifs compacts, et tout format audiovisuel numérique et analogique compatible au format en vigueur dans les territoires suivants :

Territoires : au Canada et dans le reste du monde

Durée : à perpétuité.

* Le droit non commercial de distribuer le CD-ROM/DVD au moyen de la vente s'entend de la distribution libre du produit et/ou de la distribution du produit lorsque les coûts suivants sont récupérés par le distributeur (utilisateur des droits) : reproduction, emballage, envoi postal et expédition.

14. Droits Musicaux et Autorisations

Les renseignements suivants seront exigés :

Si de la musique ou des effets enregistrés sont utilisés, le fournisseur doit indiquer :

- le titre de la pièce;
- le compositeur;
- le diffuseur;
- le numéro d'enregistrement;
- la durée utilisée
- les droits obtenus.

Si des oeuvres ou des effets originaux sont utilisés, le soumissionnaire doit indiquer :

- le titre de la pièce;
- le compositeur;
- la durée;
- les droits obtenus.

15. Normes Techniques

Conformément à l'énoncé des travaux, le produit final doit être conforme aux normes professionnelles et techniques les plus sévères de l'industrie audiovisuelle et aux règles de l'art dans le domaine visé. Le Ministre se réserve le droit d'intégrer et de joindre à l'énoncé des travaux, des exigences techniques et fonctionnelles minimales. L'entrepreneur doit assurer le contrôle de la qualité de tout produit fini, même si le contrat stipule que l'unité technique examiner les produits livrables.

16. Titre et Numéro d'identification du Produit

Doivent être incorporés dans la bande maîtresse, après les barres en couleurs, mais avant le début de la production, le titre et le numéro d'identification du produit.

À être déterminé lorsque le contrat sera adjugé.

17. Entreposage

L'entrepreneur doit s'assurer que tous les produits résultant des travaux et tout le matériel qui lui a été prêté sont correctement entreposés sous des conditions atmosphériques adéquates, sans frais pour l'autorité responsable du projet, jusqu'à ce qu'ils soient convenablement identifiés, emballés et expédiés aux adresses spécifiées et dans les délais déterminés dans chaque contrat.

ANNEXE « A »**ÉNONCÉ DES TRAVAUX****PRODUCTION DE VIDÉOS ET DE PHOTOS D'INTÉRÊT PUBLIC SUR LA LUTTE CONTRE LES GANGS****A.1 Titre du projet****PRODUCTION DE PHOTOS ET DE VIDÉOS SUR LA LUTTE CONTRE LES GANGS**

Les vidéos et les photos produites dans le cadre de ce projet feront partie de la campagne « End Gang Life » du Groupe spécial interpolices de la Colombie-Britannique (GSI-C-B). Chaque vidéo, de même que la photo qui en sera tirée pour produire une affiche, portera cependant son propre titre, toujours à déterminer.

A.2 Exigences

Le Groupe spécial interpolices de la Colombie-Britannique (GSI-C-B) souhaite produire dans la région métropolitaine de Vancouver, d'ici juin 2016, une série de vidéos et d'affiches pour sa campagne de lutte contre les gangs « End Gang Life ». Dans le cadre de cette campagne médiatique du GSI-C-B, exhaustive, progressive et en collaboration, l'offrant sera appelé à travailler avec la section Média et communications du GSI-C-B pour créer, élaborer, produire et diffuser une grande variété de vidéos et de photos haute-définition de lutte contre les gangs destinés à la fabrication d'affiches par des infographistes; ces éléments seront diffusés sur le site Web du GSI-C-B, sous forme de matériel de formation, utilisés comme documents de communication, affichés sur Internet (ballados, webdiffusions, YouTube, Facebook et autres médias sociaux) ou diffusés à la télévision ou ailleurs, s'il y a lieu.

L'offrant devra produire un maximum de 21 vidéos, accompagnées de photos correspondantes, au cours de neuf étapes distinctes; deux ou trois courtes vidéos (d'une durée de 30 à 60 secondes) par étape, qui devront être tournées à très court préavis dans la grande région de Vancouver; création du scénarimage et des scripts, s'il y a lieu; livraison de chaque vidéo sur DVD et dans un format adapté au Web, notamment : .avi, .mov, mp4, prêt pour baladodiffusion, qualité radiodiffusion ou autres formats de qualité HD.

Il est prévu et compris que certaines des vidéos et des photographies seront utilisées à une seule reprise, alors que d'autres pourraient faire partie d'une « histoire » à tableaux multiples pouvant s'échelonner sur plusieurs semaines, mois ou même années (p. ex., des « suites »).

A.3 Contexte/objectif

Le GSI-C-B représente le service de police chargé de la lutte contre les gangs en Colombie-Britannique. Dans le cadre de son mandat et à la demande d'autres services de police et du gouvernement de la Colombie-Britannique, le GSI-C-B prépare une campagne d'intérêt public fondée sur un certain nombre de vidéos et d'affiches visant à lutter contre les gangs.

Cette campagne de 24 mois comportera de multiples étapes, au cours de chacune desquelles deux ou trois courtes vidéos (de 30 ou 60 secondes), prenant la forme d'une annonce d'intérêt public, seront distribuées au jeune public, à la police et au public en général, en plus d'être diffusées sur Internet. Une ou plusieurs photographies seront tirées de chaque vidéo pour la production d'une affiche. Ces vidéos et ces affiches formeront la pierre angulaire de la stratégie

provinciale de lutte contre les gangs du GSI-C-B et de la stratégie globale de lutte contre les gangs de la Colombie-Britannique, dirigée par le ministère de la Justice et appuyée par tous les corps policiers de C.-B. Vidéos et affiches appuieront et compléteront les autres éléments publics de lutte contre les gangs auxquels travaillent actuellement le GSI-C-B dans le cadre de sa campagne « End Life Gang ».

Les éléments créés et produits en collaboration avec des experts en enseignement, d'ex-membres de gang, des agents de police et des partenaires du gouvernement provincial au cours de chacune des étapes viseront à susciter la réflexion tout en étant concrets et créatifs. Ils seront produits et diffusés afin de susciter des discussions publiques sur les périls de la vie au sein d'un gang, sur les comportements à risque connexes et sur les dangers que représente pour le public la vie au sein d'un gang. Même si on s'attend à ce que les répercussions des vidéos, des affiches et de la campagne dans son ensemble soient extrêmement positives, leur objectif, de même que celui des discussions connexes, consiste plutôt à empêcher les jeunes d'adopter un style de vie de gang, à réfuter les mythes liés à la vie au sein d'un gang, à encourager les personnes qui font partie d'un gang à modifier leur comportement et à quitter le gang tout en leur présentant d'autres choix de vie. La campagne a aussi pour objectif de mobiliser le public et, en fin de compte, de réduire la violence attribuable aux gangs dans les collectivités aux quatre coins de la Colombie-Britannique.

Les éléments de l'étape 1 de la campagne ont déjà été diffusés au public, aux médias et aux services de police. Il est possible de les visualiser à l'adresse www.endganglife.ca. Il est essentiel que les éléments ultérieurs produits soient identiques du point de vue de l'apparence, de la créativité, des émotions et de la qualité, et qu'ils fassent preuve de la même créativité dans l'intégration des effets vidéo et des effets spéciaux numériques ou physiques.

En plus de ce qui se trouve à l'adresse www.endganglife.ca, les exemples du type de travail créatif de grande qualité faisant preuve de créativité par le recours à de multiples angles de prise de vue, aux émotions, à des sujets évocateurs et inspirants, à des effets vidéo et à d'autres effets, comprennent entre autres :

- <http://www.youtube.com/watch?v=h-8PBx7isoM>
- <http://www.youtube.com/watch?v=ZHCuA0KnITy>
- <http://www.youtube.com/watch?v=kBm16Hxqskc>
- http://www.youtube.com/watch?v=_3WWpCUme3M
- <http://www.youtube.com/watch?v=YhKIWfbPNh0>
- <http://www.youtube.com/watch?v=ZxDfrwi8u9w>
- <http://www.youtube.com/watch?v=F7pYHN9iC9I>

Parmi les exemples de vidéos non recherchées, citons les vidéos de formation, les publiereportages, les vidéos pédagogiques et les vidéos d'entrevue.

A.4 Portée du projet

La campagne axée sur la diffusion de vidéos et d'affiches pour la lutte contre les gangs, lancée au début de décembre 2013 pour une durée d'environ 24 mois, prévoit la production de nombreuses vidéos et affiches destinées à la lutte contre les gangs. La réalisation de chaque étape dépendra grandement de nombreux facteurs, qui comprennent notamment d'importants incidents violents impliquant des gangs, des commentaires et demandes du public, l'intérêt des médias.

Un processus d'évaluation continue tentera en outre de tirer des conclusions quant aux répercussions de la campagne sur les statistiques en matière de crimes liés aux gangs. C'est ainsi que des statistiques positives ou négatives, à l'échelle de la province ou d'un secteur en particulier, pourraient mener à la production de vidéos ou d'affiches.

Comme mentionné précédemment, il faut être conscient du fait que le nombre de vidéos et d'affiches à produire dépendra grandement du degré de violence attribuable aux activités des gangs à un moment ou à un autre, pouvant susciter une demande des services de police pour la production, dans des délais rapprochés, d'un type particulier de documentation ou de multiples vidéos et affiches pour la lutte contre les gangs. Neuf étapes sont actuellement prévues, chacune d'une durée de quatre à six mois. Au cours de chaque étape, entre deux et trois vidéos ainsi que les affiches correspondantes seront produites.

Les thèmes et les messages sous-jacents de chaque vidéo et affiche varieront pour permettre d'atteindre le plus vaste auditoire possible. Ainsi, certains vidéos s'adresseront à des groupes ethniques en particulier et seront donc produits explicitement à leur intention. Les vidéos et les photos pourraient aborder des thèmes ethniques; de plus, la production et le doublage pourraient être dans une langue autre que l'anglais. Ces langues pourraient comprendre entre autres : le farsi, le mandarin, le cantonnais, le pendjabi, le vietnamien, l'espagnol, le français et le tagalog.

L'échéancier des étapes et les besoins en vidéos et en affiches sont les suivants (***Remarque** : Il s'agit des besoins maximums; ces nombres pourraient être modifiés.).

Étape	Date de production	Date de diffusion	Vidéos	Photos/affiches
Deux	août 2014	Mi-octobre 2015	3	3
Trois	Mi-octobre/ Début novembre 2014	novembre / Début décembre 2014	3	3
Quatre	janvier 2015	mars 2015	2	2
Cinq	Mi-mars / Début avril 2015	mai 2015	3	3
Six	Mi-mai / Début juin 2015	juillet 2015	3	3
Sept	octobre 2015	novembre / Début décembre 2016	2	2
Huit	janvier/ février 2016	mars 2016	3	3
Neuf	avril / mai 2016	juin 2016	2	2

Pour assurer la conception graphique et l'impression des affiches, la préparation technique du site Web et la préparation du lancement dans les médias, chaque vidéo et photo/affiche doit être finalisée et approuvée au moins 15 jours ouvrables avant le lancement.

A.4.1 Produits et services demandés

Le projet comprendra le développement de photographie et le traitement de vidéo, l'élaboration de scénarimage ainsi que la rédaction de scripts en anglais pour la production en fonction de l'orientation donnée dans le présent énoncé des travaux (EDT) et suite aux consultations du responsable du projet et de l'équipe de projet. Il comprend la production finale des vidéos en anglais ou dans d'autres langues, s'il y a lieu, la postproduction - édition, création d'une bande maîtresse A/B à partir d'éléments fournis par le client, mixage et intégration des enregistrements audio, musique, trame sonore et remise des éléments au responsable du projet de GSI-C-B, dans les formats précisés aux présentes.

L'offrant doit fournir ce qui suit :**a. Pour la vidéo :**

1. Préproduction, production et postproduction d'un maximum de 21 vidéos de 30 à 60 secondes dans les formats de qualité HD susmentionnés (voir A.2) et de photographies correspondantes pendant la durée de l'offre à commandes; pour ce faire, le vidéographe devra être tout à fait à l'aise avec divers logiciels, notamment : Media Composer, Final Cut Pro ou Adobe Premiere Pro;
2. Tout l'équipement vidéo : caméras, éclairage, trépieds, lentilles et tout autre équipement ou accessoire nécessaire;
3. Tout l'équipement de photographie : caméras, éclairage, trépieds, lentilles et tout autre équipement ou accessoire nécessaire;
4. Musique/trame sonore : en collaboration avec le responsable du projet et avec son approbation, musique et trame sonore appropriée, obtenue en toute conformité avec la loi, pour chaque vidéo;
5. Production d'une version avec sous-titres codés de la vidéo finale;
6. Production et postproduction d'une vidéo en anglais ou dans une autre langue, s'il y a lieu, comprenant notamment :
 - i. Prises de caméra ou de vidéo pour le tournage, l'édition et la production;
 - ii. Groupage de la bande vidéo et audio.

b. Pour la photographie :

7. Prise de photos haute définition/résolution pour affiches de grand format (18 po sur 24 po sur 36 po), sites Web, publications écrites (remarque : aucun service d'impression n'est demandé);
8. Travail de postproduction sur les photographies, s'il y a lieu. Pour ce faire, le photographe devra probablement bien connaître divers logiciels comme Adobe Lightroom et Adobe Photoshop;
9. Les photos pourraient exiger une utilisation supérieure de la lumière ou des ombres, le recours à des techniques d'imagerie comme la plage dynamique étendue (HDR) ou l'établissement de concordances de ton, l'utilisation de logiciel pour améliorer les effets spéciaux des photos ou des images ou y en ajouter ou l'utilisation d'effets spéciaux numériques ou physiques pendant la prise des photos ou des images.
10. Ajout des éléments graphiques et des slogans aux photos pour les convertir en documents/formats prêts à imprimer ou collaboration avec l'infographiste désigné qui travaille avec le GSI-C-B pour réaliser ces activités;

c. Non particulier aux photographies ou aux vidéos :

11. Modification des vidéos et des photographies jusqu'à ce que la version finale soit approuvée;
12. Collaboration avec le GSI-C-B pour la création des thèmes des vidéos et des concepts photo, l'approbation finale revenant au responsable du projet;
13. Création du scénarimage et des scripts en collaboration avec le responsable du projet avant le tournage des vidéos et la prise des photographies, l'approbation finale revenant au responsable du projet;
14. Consultation de l'agent des relations avec les médias du GSI-C-B pour désigner qui doit apparaître dans les photographies, dans les vidéos et aux endroits où sont tournées les scènes, conformément au scénarimage;
15. Prise de vues créative selon différents angles (photographie et vidéo), conformément aux scénarimages approuvés;

16. Prise de vues créative selon différents angles (photographie et vidéo), en fonction de la situation. Ces « prises de vue créatives » dépendront du scénarimage approuvé, mais pourraient exiger une importante expérience en matière d'effets visuels, de conception et de fabrication d'accessoires, de créativité, d'improvisation et d'ingéniosité. Pour ce qui est des vidéos, l'offrant devra tourner autant de scènes qu'exigeront les prises de vue nécessaires; à cet égard, il devra avoir les aptitudes, les ressources, l'expertise et les matériaux nécessaires à la conception et à la fabrication d'accessoires, de costumes et de tous les éléments liés à la scène, au besoin;
17. Narration ou doublage : Les vidéos et les photos pourraient aborder des thèmes ethniques; de plus la production, la narration et le doublage pourraient être dans une langue autre que l'anglais. Ces langues pourraient comprendre notamment le farsi, le mandarin, le cantonnais, le pendjabi, le vietnamien, l'espagnol, le français et le tagalog. L'obtention et la prestation de services de traduction relèveront de la responsabilité du GSI-C-B. Il reviendra toutefois à l'offrant d'intégrer les traductions ou les textes traduits, les narrations, les voix hors champ et tout autre élément non en anglais, les sons, les bruits, le texte ou la voix aux vidéos et aux photos, s'il y a lieu.
18. Consultation du responsable du projet en ce qui concerne le recours à des modèles ou à des comédiens; lorsque les deux parties s'entendent, remettre au responsable du projet des copies des formulaires d'autorisation (fournis par le GSI-C-B), s'il y a lieu. Une fois le scénarimage approuvé, il reviendra à l'offrant et au GSI-C-B de trouver et de retenir les services de comédiens ou des modèles nécessaires à la réalisation des vidéos ou des photos. Lorsque l'offrant retient les services des comédiens ou des modèles pour la réalisation des vidéos ou des photos, il doit assurer leur embauche et leur rémunération;
19. Recrutement des assistants et des experts en la matière pour le tournage d'un vidéo ou la prise de photos en particulier (p. ex., spécialiste en maquillage, manœuvre, conseiller vestimentaire ou en mode) et prise en charge de leur rémunération;
20. Désignation du représentant de l'offrant qui assurera la gestion du projet et qui collaborera avec l'agent des relations avec les médias du GSI-C-B;
21. Responsable de tous les frais liés à l'expédition des produits et de tout autre matériel de production.

A.6 Produits livrables

L'offrant doit :

- a. Remettre une transcription textuelle fidèle des vidéos produits, au besoin ou sur demande;
- b. Remettre des versions de travail des vidéos et des photos devant servir d'affiches aux fins d'approbation, jusqu'à ce que les versions finales fassent l'objet d'un accord;
- c. Produire un maximum de 21 vidéos de 30 à 60 secondes chacune;
- d. Produire des versions des vidéos avec sous-titres codés et sans sous-titres codés;
- e. Produire des versions finales de chaque vidéo en divers formats format, s'il y a lieu : DVD haute définition, prêt pour diffusion sur le Web, prêt pour baladodiffusion et de qualité pour radiodiffusion;
- f. Produire à partir des vidéos, s'il y a lieu, des photos de très grande qualité, en format TIFF, JPEG ou dans d'autres formats compatibles avec la production d'affiches de 24 po sur 36 po.

Veillez noter : L'offrant doit fournir ses propres caméras (pour vidéos et photographies), lentilles, éclairage, logiciel d'édition de vidéo et autre équipement et logiciel dont il a besoin ou nécessaire pour s'acquitter de ses obligations en plus de réserver de l'espace en studio ou des lieux de tournage, s'il y a lieu.

A.7 Autres responsabilités

La présente section décrit les responsabilités de l'offrant et du GSI-C-B pour la durée de l'offre à commandes.

7.1 Responsabilités de l'entrepreneur

Pendant la durée de l'offre à commandes, les responsabilités de l'entrepreneur sont les suivantes :

1. Suivre les procédures de passation des commandes subséquentes comme indiqué dans l'offre à commandes de l'entrepreneur;
2. Collaborer étroitement avec le responsable du projet pour assurer une relation de travail productive;
3. Faire rapidement part de tout délai de production pouvant affecter l'échéancier de tournage ou de postproduction;
4. Répondre aux questions et préoccupations du responsable du projet de façon rapide et respectueuse;
5. Fournir au responsable du projet, sur demande, un échéancier du projet à jour;
6. Fournir toutes les installations, l'expertise technique et les matériaux nécessaires à l'exécution des travaux prévus à la présente offre à commandes;
7. Élaborer un programme de traitement, des scénarimages, des scripts et le produit final en collaboration avec le GSI-C-B et l'équipe du projet;
8. Coordonner, s'il y a lieu, les entrevues avec le responsable du projet;
9. En collaboration avec le GSI-C-B, l'offrant peut coordonner les communications et le recrutement de tout le personnel de scène et hors scène nécessaire;
10. Obtenir toutes les autorisations pertinentes pour tous les modèles et artistes;
11. En collaboration avec le responsable du projet, coordonner et superviser les enregistrements audio;
12. En collaboration avec le responsable du projet, organiser les réunions et visionnements nécessaires afin d'obtenir l'approbation du responsable du projet à toutes les étapes de la production, telles que décrites plus haut;
13. Fournir au responsable du projet tous les éléments nécessaires à l'évaluation du projet et à l'obtention de commentaires lors des séances de consultation;
14. Assumer tous les frais d'expédition nécessaires à la production du film;
15. Fournir, au besoin ou sur demande, des conseils et un soutien professionnel et technique au GSI-C-B, à son équipe de projet ou à ses intervenants;
16. Veiller à ce que tout le matériel prêté à l'offrant par le Canada soit entreposé de manière sécuritaire sur les lieux et dans des conditions environnementales acceptables, et soit restitué au Canada correctement identifié et emballé à la fin des travaux.

7.2 Responsabilités du client

Pendant la durée de l'offre à commandes, les responsabilités du GSI-C-B sont les suivantes :

1. Collaborer étroitement, avec efficacité et dans un esprit de collégialité, avec l'offrant et l'équipe de projet de l'offrant afin d'entretenir des relations de travail productives;
2. Obtenir des traductions et des services de traduction, au besoin;
3. S'assurer que les scripts et les scénarimages reçoivent les approbations hiérarchiques appropriées avant de commencer la production des éléments vidéo ou audio;

4. En collaboration avec l'entrepreneur, désigner et fournir le personnel du GSI-C-B (agents de police ou personnel civil) pouvant être nécessaire pour les entrevues, le tournage ou le doublage;
5. En collaboration avec l'entrepreneur, désigner les lieux de tournage ou d'enregistrement et participer à leur réservation;
6. Conseiller, superviser l'élaboration et assurer le suivi du processus d'approbation des concepts, des scripts et des scénarimages (voir plus loin);
7. Fournir le contenu existant (photos, vidéo ou trame sonore dont pourrait se servir l'offrant pour la préparation du produit final).
8. Le GSI-C-B sera responsable de l'impression des affiches à partir des photos de grande qualité fournies par l'offrant et remises au concepteur graphique du GSI-C-B qui, à son tour, les convertira en format PDF afin de produire des affiches de différentes tailles (12 po sur 18 po et 24 po sur 36 po).
9. Des enfants et des adolescents seront filmés ou photographiés tout au long de la campagne pour recueillir du contenu. Le GSI-C-B s'occupera d'obtenir le consentement des parents ou des tuteurs de toute personne de moins de 18 ans et conservera les formulaires de consentement en dossier.
10. À la réception des vidéos et des photographies finales, le GSI-C-B se chargera de toutes les activités de marketing, de distribution, de téléchargement Web et de mise à jour Web relatives aux produits.

A.8 Processus d'examen et d'approbation du GSI-C-B

- a. Concepts, scripts et scénarimages
 - Le responsable du projet (agent des relations avec les médias du GSI-C-B) et le coordonnateur adjoint (conseiller en stratégies de communication du GSI-C-B) examinent les concepts, les scripts et les scénarimages.
 - Le coordonnateur du projet (agent des relations avec les médias du GSI-C-B) assure l'approbation finale de tous les concepts, les scripts et les scénarimages.
- b. Vidéos, photos et affiches
 - Les versions finales sont transmises au responsable du projet (agent des relations avec les médias du GSI-C-B) et au coordonnateur adjoint (conseiller en stratégies de communication du GSI-C-B) aux fins d'examen et d'approbation;
 - En collaboration avec le gouvernement provincial et d'autres partenaires, ils sont examinés et approuvés par l'agent en chef du GSI-C-B, l'équipe de haute direction (EHD), le conseil de gouvernance ou leurs remplaçants.

A.9 Langue de travail

- La langue de travail choisie pour le projet est l'anglais. Toute la correspondance avec le responsable du projet, l'équipe du projet et les intervenants doit être rédigée en anglais. La version préliminaire de tous les scripts doit être rédigée en anglais aux fins d'examen.
- La production et le doublage des vidéos et des photos pourraient se faire dans une langue autre que l'anglais. Ces langues pourraient comprendre entre autres : le farsi, le mandarin, le cantonnais, le pendjabi, le vietnamien, l'espagnol, le français et le tagalog.

A.10 Déplacements et lieu de travail

Les membres de l'équipe de production/tournage/photographie et des membres du GSI-C-B pourraient être appelés à se déplacer dans la région métropolitaine de Vancouver en fonction de la nature et du contenu de la vidéo produite. Aucun déplacement n'est cependant prévu en

dehors de la région métropolitaine de Vancouver. Les frais engagés par l'offrant en ce qui concerne les déplacements, l'hébergement ou la location de bureaux, de même que les frais accessoires ou non liés au contenu, notamment les coûts de déplacement du personnel ou de l'équipement dans la région métropolitaine de Vancouver, relèvent de la seule responsabilité de l'entrepreneur.

Les frais de déplacement et de subsistance de l'offrant et de ses représentants relèvent de la seule responsabilité de l'offrant et doivent être compris dans le financement maximum accordé. Tous les frais de déplacement et de subsistance supérieurs à la offre financière de l'offrant devront être entièrement assumés par ce dernier.

A.11 Sécurité

Si des activités de tournage ou de photographie ou encore des réunions doivent avoir lieu dans les locaux de la GRC ou d'autres services de police, le gestionnaire de projet du GSI-C-B s'assurera toujours d'obtenir les permissions d'accès appropriées ainsi que les services d'accompagnement, s'il y a lieu.

A.12 Contraintes

En ce qui a trait aux contraintes temporelles, l'offrant doit faire preuve de souplesse et faire montre des aptitudes nécessaires pour réagir rapidement et adapter la production. La production en urgence d'une vidéo peut être reliée à certains incidents liés aux gangs (p. ex., meurtres, fusillades et accroissement des activités des gangs), exigeant que la GRC ou le GSI-C-B produise une vidéo portant sur ces incidents en particulier. L'offrant pourrait alors être appelé à respecter des délais très serrés; il pourrait avoir à établir efficacement des priorités pour s'assurer que les produits sont livrés rapidement, sans cependant nuire à son uniformité ni à sa qualité.

A.13 Réunions

Les réunions de création ou d'examen auront régulièrement lieu pendant toute la durée du projet. En raison de la nature de ce dernier, on s'attend à ce que de nombreuses téléconférences soient organisées chaque semaine, et que les échanges par courriel soient encore plus nombreux. Des rencontres en personne auront lieu au moins une fois par mois; elles porteront sur l'examen du rendement et des progrès du projet, les idées créatrices et l'établissement de dates cibles pour le lancement des vidéos et des affiches. D'autres réunions seront organisées lors de chaque commande subséquente et après l'établissement d'une telle commande de même qu'aux étapes de la préproduction, de la production et de la postproduction des photographies et des vidéos.

L'offrant doit accepter, notamment en raison du type de contenu et de la nécessité que la campagne soit de nature proactive et réactive, que les communications par courriel ou par téléphone soient spontanées et sans préavis et que des rencontres en personne puissent être organisées avec peu ou sans avis préalable. En outre, les réunions et les échanges porteront régulièrement sur des questions de rendement et sur tout autre problème pouvant survenir dans le cadre du projet.

A.14 Calendrier

Une série de commandes subséquentes seront établies, s'il y a lieu et au besoin. Un calendrier et un échéancier de travail, portant notamment sur la rédaction des scripts, la production et l'édition, seront établis pour chaque commande subséquente en collaboration avec l'offrant.

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

L'offrant doit commencer le travail au moins une semaine après la réception de la demande de proposition du client.

Tous les travaux prévus dans le cadre de ce projet devront être terminés avant le 30 juin 2016.

ANNEXE « B »**BASE DE PAIEMENT****B.1 Services de production audiovisuelle et photographique**

L'offrant doit soumettre des taux tout compris en dollars canadiens, TPS/TVH en sus, s'il y a lieu, pour les services de production audiovisuelle et photographique fournis au responsable du projet et décrits dans toute commande subséquente à une offre à commandes.

Les taux proposés pour les services de production audiovisuelle et photographique doivent être tout compris. Ils doivent comprendre le coût de la main-d'œuvre, les avantages sociaux, les frais d'administration, les frais généraux, la marge bénéficiaire et ainsi de suite, sans la TPS et la TVH applicables. Toutes les dépenses normalement engagées pour la fourniture des services (p. ex., matériel audiovisuel, matériel de photographie, frais de messagerie et de téléphone, déplacements locaux et ainsi de suite) sont comprises dans les taux horaires indiqués aux présentes, et ne seront pas admises comme dépenses directes dans le cadre d'une commande subséquente à l'offre à commandes.

Le détenteur de l'offre à commandes est soumis aux lois applicables indiquées dans l'offre à commandes. À ce titre, le détenteur de l'offre à commandes doit veiller au respect de cette législation, y compris de toute législation du travail applicable. Les taux pratiqués par le détenteur de l'offre à commandes tiennent compte de cette responsabilité et le Canada n'aura pas à payer d'autres frais que ceux expressément prévus dans le présent document.

B.2 Dépenses directes et de sous-traitance

Les coûts de tous les travaux sous-traités doivent être nets, avec majoration de ____%. Les factures que le détenteur de l'offre à commandes remet au Canada doivent être accompagnées de copies des factures des sous-traitants. Les factures des sous-traitants de deuxième niveau (les sous-traitants des sous-traitants du détenteur de l'offre à commandes) ne sont pas exigées en vertu de l'offre à commandes.

Sont compris, sans limitation :

- Compositeur de la musique
- Acteurs/modèles/narrateurs
- Location de studio

B.3 Autres services offerts par l'offrant

Comme le prévoit l'article 8 - Procédures pour les commandes subséquentes, à la partie 7 - Offre à commandes et clauses du contrat subséquent, toute catégorie de service offert par l'offrant et non spécifiquement mentionnée dans les Tableaux des prix de la Base de paiement doit être justifiée au moment de la commande. L'offrant doit soumettre une répartition claire des services requis dans l'offre de prix et doit justifier le prix pour les services mentionnés sous forme de liste de prix de l'entreprise en taux horaires ou de copie d'une facture réelle à un client pour les mêmes services.

B.4 Frais de déplacement et de subsistance

Les frais de déplacement et de subsistance qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux, au prix coûtant, sans aucune indemnité pour les frais généraux ou le profit, conformément aux indemnités relatives aux repas, à l'utilisation d'un véhicule privé, et aux faux frais qui sont précisées aux appendices B, C et D de la Directive sur les voyages du Conseil du Trésor, et selon

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

les autres dispositions de la Directive qui se rapportent aux « voyageurs » plutôt que celles qui se rapportent aux « employés ».

LES OFFRANTS DOIVENT INDIQUER LEURS PRIX SUR LA FEUILLE DE CALCUL MS EXCEL PUBLIÉE SUR LE SERVICE ÉLECTRONIQUE D'APPELS D'OFFRES DU GOUVERNEMENT (<https://achatsetventes.gc.ca/donnees-sur-l-approvisionnement/appels-d-offres>) ET LA RETOURNER AVEC SON OFFRE SUR UNE CLÉ USB ACCOMPAGNÉE D'UN IMPRIMÉ DU TABLEAU DES PRIX DE L'ANNEXE « B » BASE DE PAIEMENT, DÛMENT REMPLI.

ANNEXE « C »**EXIGENCES EN MATIÈRE D'ASSURANCE****C.1 Assurance de responsabilité civile commerciale**

1. L'entrepreneur doit souscrire et maintenir pendant toute la durée du contrat une police d'assurance responsabilité civile commerciale d'un montant équivalant à celui habituellement fixé pour un contrat de cette nature; toutefois, la limite de responsabilité ne doit pas être inférieure à 2 000 000 \$ par accident ou par incident et suivant le total annuel.
2. La police d'assurance responsabilité civile commerciale doit comprendre les éléments suivants :
 - a. Assuré additionnel : Le Canada est désigné comme assuré additionnel, mais seulement en ce qui concerne les responsabilités qui peuvent découler de l'exécution du contrat par l'entrepreneur. L'intérêt du Canada devrait se lire comme suit : Le Canada, représenté par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.
 - b. Blessures corporelles et dommages matériels causés à des tiers découlant des activités de l'entrepreneur.
 - c. Produits et activités complétées : Couverture pour les blessures corporelles et dommages matériels découlant de biens ou de produits fabriqués, vendus, manipulés ou distribués par l'entrepreneur, ou découlant des activités complétées par l'entrepreneur.
 - d. Préjudice personnel : Sans s'y limiter, la couverture doit comprendre la violation de la vie privée, la diffamation verbale ou écrite, l'arrestation illégale, la détention ou l'incarcération et la diffamation.
 - e. Responsabilité réciproque/Séparation des assurés : Sans augmenter la limite de responsabilité, la police doit couvrir toutes les parties assurées dans la pleine mesure de la couverture prévue. De plus, la police doit s'appliquer à chaque assuré de la même manière et dans la même mesure que si une police distincte avait été émise à chacun d'eux.
 - f. Responsabilité contractuelle générale : La police doit, sur une base générale ou par renvoi explicite au contrat, couvrir les obligations assumées en ce qui concerne les dispositions contractuelles.
 - g. Les employés et (s'il y a lieu) les bénévoles doivent être désignés comme assurés additionnels.
 - h. Responsabilité de l'employeur (ou confirmation que tous les employés sont protégés par la Commission de la sécurité professionnelle et de l'assurance contre les accidents du travail (CSPAAT) ou par un programme semblable).
 - i. Formule étendue d'assurance contre les dommages, comprenant les activités complétées : Couvre les dommages matériels de manière à inclure certains sinistres qui seraient autrement exclus en vertu de la clause d'exclusion usuelle de garde, de contrôle ou de responsabilité faisant partie d'une police d'assurance type.
 - j. Avis d'annulation : L'assureur s'efforcera de donner à l'autorité contractante un avis écrit de trente (30) jours en cas d'annulation de la police.
 - k. S'il s'agit d'une police sur la base des réclamations, la couverture doit être valide pour une période minimale de douze (12) mois suivant la fin ou la résiliation du contrat.

-
- l. Responsabilité civile indirecte du propriétaire ou de l'entrepreneur : Couvre les dommages découlant des activités d'un sous-traitant que l'entrepreneur est juridiquement responsable de payer.
- m. Assurance automobile des non-propriétaires : Couvre les poursuites contre l'entrepreneur du fait de l'utilisation de véhicules de location ou n'appartenant pas à l'entrepreneur.
- n. Préjudices découlant de la publicité : L'avenant doit notamment inclure le piratage ou l'appropriation illicite d'idées, ou la violation de droits d'auteur, de marques de commerce, de titres ou de slogans.
- o. Assurance tous risques de responsabilité civile des locataires : Pour protéger l'entrepreneur à l'égard des responsabilités découlant de l'occupation d'installations louées.
- p. Pollution subite et accidentelle (minimum 120 heures) : Pour protéger l'entrepreneur à l'égard des responsabilités découlant de dommages causés par la pollution accidentelle.
- q. Droits de poursuite : Conformément é l'alinéa 5 d) de la *Loi sur le ministère de la Justice*, L.R.C. 1993, ch. J-2, art. 1, si une poursuite est intentée par ou contre le Canada et que, indépendamment de la présente clause, l'assureur a le droit d'intervenir en poursuite ou en défense au nom du Canada à titre d'assuré additionnel désigné en vertu de la police d'assurance, l'assureur doit communiquer promptement avec le Procureur général du Canada, par lettre recommandée ou par service de messagerie, avec accusé de réception, pour s'entendre sur les stratégies juridiques.
- r. Pour la province de Québec, envoyer à l'adresse suivante :
- Directeur
Direction du droit des affaires
Bureau régional du Québec (Ottawa)
Ministère de la Justice
284, rue Wellington, pièce SAT-6042
Ottawa (Ontario) K1A 0H8

Pour les autres provinces et territoires, envoyer à l'adresse suivante :

Avocat général principal
Section du contentieux des affaires civiles
Ministère de la Justice
234, rue Wellington, Tour de l'Est
Ottawa (Ontario) K1A 0H8

Une copie de cette lettre doit être envoyée à l'autorité contractante à titre d'information. Le Canada se réserve le droit d'intervenir en codéfense dans toute poursuite intentée contre le Canada. Le Canada assumera tous les frais liés à cette codéfense. Si le Canada décide de participer à sa défense en cas de poursuite intentée contre lui et qu'il n'est pas d'accord avec un règlement proposé et accepté par l'assureur de l'entrepreneur et les plaignants qui aurait pour effet de donner lieu à un règlement ou au rejet de l'action intentée contre le Canada, ce dernier sera responsable envers l'assureur de l'entrepreneur pour toute différence entre le montant du règlement proposé et la somme adjugée ou payée en fin de compte (coûts et intérêts compris ou en sus) au nom du Canada.

ANNEXE « D »**GRILLE D'ÉVALUATION**

SOMMAIRE DE L'ÉVALUATION	
EXIGENCES OBLIGATOIRES : <input type="checkbox"/> SATISFAITS <input type="checkbox"/> NON SATISFAIT	
Exigences obligatoires vérifiées par : Date:	
EXIGENCES COTÉES	NOTE OBTENUE
R.1 APPROCHE CRÉATIVE ET MÉTHODOLOGIE TECHNIQUE	____/ 100 points
R.2 DÉMARCHE DE LA GESTION DU PROJET	____/ 100 points
TOTAL GLOBAL	____/ 200 points
Commentaires généraux :	

NOTE À L'INTENTION DES ÉVALUATEURS: Ces grilles d'évaluation comprennent les critères de base. Ces grilles doivent être utilisées de concert avec le DOC afin que l'évaluation se fasse rigoureusement en conformité avec les critères publiés.

Critères d'évaluation	Satisfaits	Non satisfaits
L'offre est signée et les exigences relatives à la présentation des offres conformément aux Instructions uniformisées de 2006 sont respectées.		
Les attestations indiquées à la partie 5 - Sous section 1 - Attestations obligatoires préalables à l'émission d'une offre à commandes ont été complètes et signées (soit au moment de la présentation de la soumission ou par la suite).		
Commentaires :		

Critères d'évaluation	Satisfaits	Non satisfaits
O.1 Expérience de l'entreprise – Échantillons vidéo		
O.1.1 Démonstration audio-visuelle (Les échantillons vidéo pertinents seront évalués en fonction des critères d'évaluation précisés dans la rubrique R.1).		
L'offrant DOIT démontrer qu'il possède l'expérience nécessaire pour tourner des vidéos à caractère dramatique qui feront partie d'une campagne de commercialisation ou de promotion et qui comporteront des éléments créatifs. Cette démonstration ne comprend pas les vidéos de formation ou les vidéos sous forme d'entrevues.		
L'offrant DOIT présenter une (1) démonstration vidéo sur support DVD, Blu-ray ou clé USB comprenant trois (3) échantillons vidéo produits et complétés depuis le 31 mars 2010 qui feront l'objet d'une évaluation dans la rubrique R.1.		
La durée totale de l'ensemble des trois échantillons ne doit pas dépasser quinze (15) minutes.		
Les vidéos DOIVENT avoir été entièrement réalisées par l'offrant dans leur langue originale (anglais ou français) dans le cadre de contrats auprès du secteur privé ou du secteur public.		
Pour chaque échantillon, l'offrant DOIT mentionner la date et le budget de production, en plus d'indiquer le titre de la campagne dans laquelle s'inscrit la production de la vidéo.		
Commentaires :		

Critères d'évaluation	Satisfaits	Non satisfaits
O.1.2 Fiche de renseignements sur la démonstration vidéo		
Les offrants DOIVENT présenter une Fiche de renseignements sur la démonstration vidéo que l'on trouve dans l'appendice 1 à l'annexe D Grille d'évaluation de la présente demande d'offre à commandes pour chacune des trois (3) vidéos présentées.		
Commentaires :		

Critères d'évaluation	Satisfaits	Non satisfaits
O.2 Expérience de l'entreprise – Échantillons photo		
O.2.1 Démonstration photo (Les photos proposées seront évaluées en fonction des critères d'évaluation précisés dans la rubrique R.2).		
L'offrant DOIT présenter un échantillon de trois (3) photos au format numérique jpeg ou pdf sur une clé USB, réalisées par l'offrant dans le cadre de contrats auprès du secteur privé ou du secteur public, pour des campagnes de commercialisation ou de promotion antérieures. Pour chaque échantillon, l'offrant DOIT mentionner la date et le budget de production, en plus d'indiquer le titre de la campagne dans laquelle s'inscrit la production de la photo.		
Commentaires :		

Critères d'évaluation	Satisfaits	Non satisfaits
O.2.2 Fiche de renseignements sur la démonstration photo		
Les offrants DOIVENT présenter une Fiche de renseignements sur la démonstration photo que l'on trouve dans l'appendice 2 à l'annexe D Grille d'évaluation de la présente demande d'offre à commandes pour chacune des trois (3) photos présentées.		
Commentaires :		

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

Evaluation Criteria	Met	Not met
O.3 Offre Financière		
L'offrant DOIT fournir les renseignements sur l'établissement des coûts en stricte conformité avec la base de paiement présentée à l'annexe B. Tout écart par rapport au barème des prix rendra l'offre non recevable.		
Commentaires :		

LES OFFRES QUI NE RESPECTENT PAS TOUTES LES EXIGENCES OBLIGATOIRES SERONT REJETÉES D'EMBLÉE.

1.1.2 Critères techniques cotes

Les offres seront évaluées et notées conformément aux critères d'évaluation précis énumérés dans la présente section. Pour être considérés conformes, les offrants doivent obtenir le minimum requis de 70 % des points pour chaque critère coté, ainsi que la note de passage globale de 140 points. L'échelle de cotation compte **200 points**. Les propositions dont le résultat pour l'un de ces critères sera de moins de 70 % seront rejetées d'emblée.

NOTA : L'attribution des points pour toutes les exigences cotées se fera à l'aide d'un facteur de pourcentage. Le nombre de points sera calculé en fonction de la valeur globale accordée à chaque critère. Par exemple, si nous attribuons une cote de 0,7 au point R.1.1 (50 points X 0,7 = 35 points), celle-ci équivaut à 70 % de la valeur totale attribuable à ce critère. Nous ne pouvons dévier de la grille de pointage établie. Par exemple, nous ne pourrions pas attribuer une cote de 0,75 (75 %). Il faudrait choisir entre 0,7 et 0,8 (70 % ou 80 %).

Les critères suivants seront évalués :

R.1 Expérience de l'entreprise et qualité des exemples fournis (Maximum 100 points - Minimum 70 points)

L'offre de l'offrant sera évaluée en fonction des échantillons vidéo fournis conformément aux dispositions de la rubrique **O.1.** et des renseignements fournis dans l'appendice 1.

R.1.1 Échantillons vidéo – Objectifs du client, but recherché par la production et approche créatrice (Maximum 45 points – minimum 31.5 points)

Pour chaque vidéo produite et décrite dans la Fiche de renseignements sur la démonstration vidéo (appendice 1 à l'annexe D), les échantillons vidéo présentés devraient offrir une démonstration des objectifs du client concerné, du but recherché par la production et de l'approche créatrice utilisée par l'offrant. Chaque échantillon vidéo présenté devrait démontrer une utilisation efficace des éléments précisés dans l'appendice 1(f) : utilisation de l'éclairage, angles de prise de vues, effets spéciaux, éléments graphiques, son et musique, dans le cadre de l'approche créatrice retenue pour répondre aux objectifs précisés par les clients.

Objectifs du client, but recherché par la production et approche créatrice - Maximum de 45 points

Évaluation des critères	Facteur de Pourcentage	Points
Critères établies afin d'obtenir le pointage minimum (Facteur de Pourcentage de 0.7):		/ 45
<p><u>Non acceptable (0)</u> : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.</p> <p>La <i>Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration</i> pour chacun des trois (3) échantillons vidéo ne comporte pas de détails décrivant les objectifs du client, le but recherché par la production et l'approche créatrice retenue, comme il est précisé dans l'appendice 1.</p> <p>ET(OU)</p> <p>La qualité des images ou de la cinématographie d'un ou de plusieurs échantillons vidéo présentés ne correspond pas aux critères établis dans l'appendice 1 en vue de répondre aux objectifs du client aux fins de la production.</p> <p><u>Acceptable (0,7)</u> : Il s'agit de la cote minimale établie. La <i>Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration</i> pour chaque échantillon vidéo présenté comprend des détails décrivant les objectifs du client, le but recherché par la production et l'approche créatrice retenue pour chacun des trois (3) échantillons vidéo.</p> <p>ET</p> <p>Tous les échantillons vidéo présentés démontrent une qualité d'images et de cinématographie ainsi que l'utilisation des éléments précisés dans l'appendice 1 (f) qui répondent aux objectifs du client aux fins de la production.</p> <p>ET</p> <p>Chacun des trois (3) échantillons vidéo démontre une utilisation efficace de quatre (4) des six (6) éléments de l'approche créatrice mentionnés dans l'appendice 1 (f).</p> <p><u>Bon (0,8)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, un (1) des échantillons vidéo proposés démontre une utilisation efficace de plus de quatre (4) des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (f).</p> <p><u>Très bon (0,9)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, deux (2) des échantillons vidéo proposés démontrent une utilisation efficace de plus de quatre (4) des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (f).</p> <p><u>Exceptionnel (1)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, trois (3) des échantillons vidéo proposés démontrent une utilisation efficace de plus de quatre (4) des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (f).</p>		
Commentaires :		Total Points / 45

R.1.2 Échantillons vidéo – Communication des thèmes et messages (Maximum : 45 points - minimum : 31,5 points)

Les échantillons vidéo présentés devraient démontrer un traitement filmique ainsi qu'une utilisation efficace d'un scénario, du langage corporel et de la langue parlée, des techniques visuelles, des acteurs et d'autres techniques utilisées pour communiquer les thèmes et les messages et ainsi réaliser les objectifs du client et le but recherché par la production, comme il est précisé pour chaque échantillon vidéo dans l'appendice 1.

Communication des thèmes et messages - Maximum de 45 points		
Évaluation des critères	Facteur de Pourcentage	Points
Critères établies afin d'obtenir le pointage minimum (Facteur de Pourcentage de 0.7):		/ 45
<p>Non acceptable (0) : Les renseignements fournis sont jugés non pertinents ou insuffisants pour un projet de cette nature.</p> <p>La soumission ne comprend pas une <i>Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration</i> pour chacun des trois (3) échantillons présentés.</p> <p>OU</p> <p>La <i>Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration</i> pour chacun des trois (3) échantillons vidéo ne fournit pas de détails décrivant les techniques utilisées dans la production pour communiquer le message, telles que précisées dans l'appendice 1.</p> <p>ET(OU)</p> <p>Un ou plusieurs des échantillons vidéo présentés ne réussissent pas à illustrer les objectifs des clients aux fins de la production, tels que précisés dans l'appendice 1. Le synopsis est incomplet et(ou) le scénario n'est pas limpide, et(ou) le langage corporel et la langue parlée ne correspondent pas au message et(ou) au public cible.</p> <p>Acceptable (0,7) : Il s'agit de la cote minimale établie. La <i>Fiche de renseignements sur la vidéo de démonstration</i> pour chaque échantillon vidéo présenté comprend des détails décrivant les objectifs du client, le but des techniques utilisées dans la production pour communiquer le message pour chacun des trois (3) échantillons vidéo.</p> <p>ET</p> <p>Tous les échantillons vidéo présentés démontrent une communication du thème et du message souhaités ainsi que l'utilisation d'éléments précisés dans l'appendice (g) pour répondre aux objectifs du client. Le synopsis est complet, le scénario est limpide, tandis que le langage corporel et la langue parlée correspondent au message et sont appropriés pour le public cible.</p> <p>ET</p> <p>Chacun des trois (3) échantillons vidéo démontre une utilisation efficace de trois (3) des cinq (5) éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).</p> <p>Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, un (1) des échantillons vidéo proposés démontre une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).</p> <p>Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, deux (2) des échantillons vidéo proposés démontrent une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).</p> <p>Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, chacun des trois (3) échantillons vidéo proposés démontre une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 1 (g).</p>		
Commentaires :		Total Points

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

/ 45

R.1.3 Résultats de la production audio-visuelle (Maximum 10 points - minimum 7 points)

Au minimum, l'offrant devrait être en mesure de décrire la réussite de chacun des échantillons vidéo présentés. La description devrait comporter des détails décrivant les résultats obtenus et les réactions du public visé. La description devrait aussi comprendre des détails illustrant le niveau de satisfaction du client pour chaque échantillon vidéo présenté. L'offrant devrait incorporer une confirmation écrite (courriel ou lettre) du client à l'endroit de l'offrant.

Résultats de la production audio-visuelle - Maximum de 10 points		
Évaluation des critères	Facteur de Pourcentage	Points
Critères établies afin d'obtenir le pointage minimum (Facteur de Pourcentage de 0.7):		/ 10
<p><u>Non acceptable (0)</u> : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.</p> <p>La description ne fournit pas de détails au sujet des résultats obtenus ou du niveau de satisfaction du client pour un ou plusieurs des échantillons présentés.</p> <p><u>Acceptable (0.7)</u> : Il s'agit de la cote minimale établie. La description comporte des détails décrivant les résultats obtenus et illustrant le niveau de satisfaction du client pour chacun des trois (3) échantillons vidéo présentés.</p> <p>ET</p> <p>La description fournie indique un résultat positif pour chacun des trois (3) échantillons vidéo présentés.</p> <p><u>Bon (0.8)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux précisés, une confirmation écrite du client concerné accompagne un (1) des trois (3) échantillons vidéo présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.</p> <p><u>Très bon (0.9)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux précisés, une confirmation écrite du client concerné accompagne deux (2) des trois (3) échantillons vidéo présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.</p> <p><u>Exceptionnel (1)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux précisés, une confirmation écrite du client concerné accompagne chacun des trois (3) échantillons vidéo présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.</p>		
Commentaires :		Total Points / 10

Pointage total pour le critère coté R.1 : _____ / 100 points

**R.2 Expérience de l'entreprise et qualité des échantillons photo fournis
(Maximum 100 points - Minimum 70 points)**

L'offre de l'offrant sera évaluée en fonction des échantillons photo fournis conformément aux dispositions de la rubrique **O.2.** et des renseignements fournis dans l'appendice 2.

Les photos devraient comporter des éléments créatifs, illustrer des effets spéciaux et l'utilisation de techniques d'imagerie à grande gamme dynamique (HDR) ou de courbes de contrastes.

**R.2.1 Échantillons photo – Objectifs des clients, but des campagnes pour lesquelles les photos ont été réalisées et approches innovatrices
(Maximum 45 points – minimum 31.5 points)**

Pour chaque photo produite et décrite dans la Fiche de renseignements sur la démonstration photo (l'appendice 2), les échantillons vidéo présentés devraient offrir une démonstration des objectifs du client concerné, du but recherché par la production et de l'approche créatrice utilisée par l'offrant. Les échantillons photo présentés devraient aussi démontrer l'utilisation des éléments de composition précisés dans l'appendice 2 (f) et énumérés ci-dessous :

Utilisation de techniques d'imagerie, de contrastes, de la couleur et de l'équilibre chromatique, de l'éclairage, des ombres, de l'exposition, de l'ouverture, de plus ou moins de netteté, de l'effet bokeh, du flou ou d'autres techniques pour répondre aux objectifs précisés par le client dans l'appendice 2, dans le cadre de l'approche créatrice retenue pour réaliser les objectifs connus du client.

Objectifs des clients, but des campagnes pour lesquelles les photos ont été réalisées et approches innovatrices Maximum de 45 points		
Évaluation des critères	Facteur de Pourcentage	Points
Critères établies afin d'obtenir le pointage minimum (Facteur de Pourcentage de 0.7):		/ 45
<p><u>Non acceptable (0)</u> : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.</p> <p>La <i>Fiche de renseignements sur la démonstration photo</i> pour chacun des trois (3) échantillons photo ne comporte pas de détails décrivant les objectifs du client, le but de la campagne pour laquelle la photo a été réalisée et l'approche créatrice retenue, comme il est précisé dans l'appendice 2.</p> <p>ET(OU)</p> <p>Un ou plusieurs des échantillons photo présentés ne correspond(ent) pas à la qualité des images exigée, ou n'illustre(nt) pas l'utilisation de techniques d'imagerie telles que précisées dans l'appendice 2 pour réaliser les objectifs du client aux fins de la campagne pour laquelle la photo a été réalisée, ainsi que l'approche créatrice retenue telle que précisée dans l'appendice 2.</p> <p><u>Acceptable (0,7)</u> : Il s'agit de la cote minimale établie.</p> <p>La <i>Fiche de renseignements sur la démonstration photo</i> pour chaque échantillon photo présenté fournit des détails décrivant les objectifs du client, le but de la campagne pour laquelle la photo a été réalisée et l'approche créatrice retenue pour chacun des trois (3) échantillons photo.</p> <p>ET</p> <p>-276Tous les échantillons photo présentés illustrent la qualité d'image exigée, une utilisation efficace de techniques d'imagerie et les éléments décrits dans l'appendice 2 (f), Approche innovatrice, pour réaliser les objectifs des clients aux fins des campagnes pour lesquelles les photos ont été produites..</p> <p>ET</p> <p>Chacun des trois (3) échantillons photo démontre une utilisation efficace de trois (3) des six (6) éléments de l'approche créatrice mentionnés dans l'appendice 2 (f).</p> <p><u>Bon (0,8)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, un (1) des échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (f).</p> <p><u>Très bon (0,9)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, deux (2) des échantillons photo proposés démontrent une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (f).</p> <p><u>Exceptionnel (1)</u> : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, chacun des trois (3) échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (f).</p>		
Commentaires :		Total Points / 45

R.2.2 Échantillons photo – Communication des thèmes et des messages (Maximum 45 points – minimum 31.5 points)

Pour chaque échantillon photo décrit dans la Fiche de renseignements sur la démonstration photo (appendice 2), les échantillons photo présentés devraient démontrer une utilisation efficace des techniques visuelles : symétrie, techniques de brouillage ou de dispersion, recadrage, disposition et positionnement des sujets, angles de prise de vues, utilisation de la profondeur, et d'autres techniques pour communiquer les thèmes et les messages désirés et ainsi atteindre les objectifs du client et le but de la campagne pour laquelle la photo a été produite, tel qu'il est précisé dans l'appendice 2.

Communication des thèmes et des messages - Maximum de 45 points		
Évaluation des critères	Facteur de Pourcentage	Points
Critères établies afin d'obtenir le pointage minimum (Facteur de Pourcentage de 0.7):		/ 45
<p>Non acceptable (0) : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.</p> <p>La soumission ne comprend pas une <i>Fiche de renseignements sur la démonstration photo</i> pour chacun des trois (3) échantillons photo présentés.</p> <p>OU</p> <p>La <i>Fiche de renseignements sur la photo de démonstration</i> pour chacun des trois (3) échantillons photo ne fournit pas de détails décrivant les techniques utilisées dans la production pour communiquer le message, telles que précisées dans l'appendice 2.</p> <p>ET (OU)</p> <p>Un ou plusieurs des échantillons photo présentés ne réussissent pas à illustrer les objectifs des clients aux fins de la production, tels que précisés dans l'appendice 2. L'image est incomplète, obscure ou inappropriée pour le message à transmettre ou le public cible.</p> <p>Acceptable (0,7) : Il s'agit de la cote minimale établie. La <i>Fiche de renseignements sur la photo de démonstration</i> pour chaque échantillon photo présenté comprend des détails décrivant les objectifs du client, le but des techniques utilisées dans la production pour communiquer le message pour chacun des trois (3) échantillons photo.</p> <p>ET</p> <p>Tous les échantillons photo présentés illustrent les objectifs du client et le but recherché par la production, tels que précisés dans l'appendice 2, en plus d'être appropriés pour le message à transmettre et le public cible.</p> <p>ET</p> <p>Chacun des trois (3) échantillons photo démontre une utilisation efficace de trois (3) des sept (7) éléments indiqués dans l'appendice 2 (g). Tous les échantillons photo présentés démontrent une utilisation efficace des éléments précisés en vue de réaliser les objectifs des clients aux fins des campagnes concernées, tels que précisés dans l'appendice 2.</p> <p>Bon (0,8) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, un (1) des échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (g).</p> <p>Très bon (0,9) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, deux (2) des échantillons photo proposés démontrent une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (g).</p> <p>Exceptionnel (1) : En plus des exigences précisées pour répondre aux critères minimaux établis, chacun des trois (3) échantillons photo proposés démontre une utilisation efficace de plus de trois (3) des éléments mentionnés dans l'appendice 2 (g).</p>		
Commentaires :		Total Points

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

/ 45

R.2.3 Résultats de la production photographique (Maximum : 10 points - minimum : 7 points)

Au minimum, l'offrant devrait être en mesure de décrire la réussite de chacun des échantillons photo présentés. La description devrait comporter des détails décrivant les résultats obtenus et les réactions du public visé. La description devrait aussi comprendre des détails illustrant le niveau de satisfaction du client pour chaque échantillon photo présenté. L'offrant devrait incorporer une confirmation écrite (courriel ou lettre) du client à l'endroit de l'offrant.

Résultats de la production photographique - Maximum de 10 points		
Évaluation des critères	Facteur de Pourcentage	Points
Critères établies afin d'obtenir le pointage minimum (Facteur de Pourcentage de 0.7):		/ 10
<p><u>Non acceptable (0)</u> : Les renseignements fournis ne sont pas pertinents ou sont insuffisants pour un projet de cette nature.</p> <p>La description ne fournit pas de détails au sujet des résultats obtenus ou du niveau de satisfaction du client pour un ou plusieurs des échantillons photo présentés.</p> <p><u>Acceptable (0.7)</u> : Il s'agit de la cote minimale établie. La description comporte des détails décrivant les résultats obtenus et illustrant le niveau de satisfaction du client pour chacun des trois (3) échantillons photo présentés.</p> <p>ET</p> <p>La description fournie indique un résultat positif pour chacun des trois (3) échantillons photo présentés.</p> <p><u>Bon (0.8)</u> : En plus des exigences précisées en vue de répondre aux critères minimaux établis, une confirmation écrite du client concerné accompagne un (1) des trois (3) échantillons photo présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.</p> <p><u>Très bon (0.9)</u> : En plus des exigences précisées en vue de répondre aux critères minimaux établis, une confirmation écrite du client concerné accompagne deux (2) des trois (3) échantillons photo présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.</p> <p><u>Exceptionnel (1)</u> : En plus des exigences précisées en vue de répondre aux critères minimaux établis, une confirmation écrite du client concerné accompagne les trois (3) échantillons photo présentés. La confirmation écrite du client illustre le niveau de satisfaction du client concerné.</p>		
Commentaires :		Total Points / 10

Pointage total pour le critère coté R.2 : _____ / 100 points

SOMMAIRE DES POINTS OCTROYES AU L'OFFRANT			
Critères Cotés	Points Maximum	Points Minimum	Note obtenue par l'offrant
R.1 Expérience de l'entreprise et qualité des exemples fournis	100		
R.1.1 Échantillons vidéo – Objectifs du client, but recherché par la production et approche créatrice	45	31.5	
R.1.2. Échantillons vidéo – Communication des thèmes et messages	45	31.5	
R.1.3 Résultats de la production audio-visuelle	10	7	
TOTAL			000
R.2 Expérience de l'entreprise et qualité des échantillons photo fournis	100		
R.2.1 Échantillons photo – Objectifs des clients, but des campagnes pour lesquelles les photos ont été réalisées et approches innovatrices	45	31.5	
R.2.2 Échantillons photo – Communication des thèmes et des messages	45	31.5	
R.2.3 Résultats de la production photographique	10	7	
TOTAL			000
POINTAGE FINAL	200	140	000

**APPENDICE 1 À L'ANNEXE « D » GRILLE D'ÉVALUATION
FICHE DE RENSEIGNEMENTS SUR LA DÉMONSTRATION VIDÉO
(Sera évaluée conformément à la rubrique R.1.)**

VIDÉO N° ____ TITRE _____

- a. Client (ministère/organisation) : _____
- b. Personne-ressource du client: _____
- c. Budget: _____
- d. Objectifs du client : Décrivez la pensée stratégique qui a mené à l'approche créatrice que vous avez adoptée pour réaliser les objectifs de votre client.
- e. Description et objet de la production : Décrivez les exigences opérationnelles de votre client, les difficultés ou les occasions qui se sont présentées et ce que votre entreprise a été appelée à faire. Incluez une description des produits, des services ou des enjeux sociaux au cœur de la campagne vidéo, les marchés visés et les auditoires cibles.
- f. Approche créatrice : Décrivez l'approche créatrice adoptée par votre entreprise pour répondre aux objectifs du client aux fins de la production :

La description devrait préciser comment la qualité des images et de la cinématographie a été utilisée pour répondre aux objectifs du client aux fins de la production.

La description devrait également donner des détails sur la façon dont votre entreprise a utilisé les éléments suivants pour répondre aux objectifs du client aux fins de la production

1. Effets spéciaux
2. Graphiques, typographie et affichage de texte à l'écran (à l'exclusion de l'option sous-titrage)
3. Séquences d'animation graphique, graphiques animés et animations
4. Angles de caméra
5. Éclairage
6. Musique ou son

- g. Description des techniques utilisées dans la production vidéo pour communiquer le thème et le message :
La description devrait préciser comment le traitement (synopsis), le scénario ainsi que le langage corporel et la langue parlée ont été utilisés pour répondre aux objectifs du client aux fins de la production.

La description devrait également donner des détails sur la façon dont votre entreprise a utilisé les éléments suivants pour communiquer le message et répondre aux objectifs du client aux fins de la production

1. techniques visuelles
2. acteurs ou comédiens pour véhiculer les thèmes et les messages
3. autres techniques pour véhiculer le message, comme le sous-titrage codé, la voix hors champ, etc.
4. typographie et affichage de texte à l'écran (à l'exclusion de l'option sous-titrage);
5. narration hors champ et à l'écran

Solicitation No. - N° de l'invitation

M2989-144508/B

Amd. No. - N° de la modif.

Buyer ID - Id de l'acheteur

cx027

Client Ref. No. - N° de réf. du client

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

M2989-14-4508

cx027M2989-144508

- h. Résultats : Résumez les résultats. Décrivez les résultats du projet. La description devrait fournir des renseignements sur la réponse de l'auditoire à la vidéo et le niveau de satisfaction du client. L'offrant devrait également fournir une confirmation écrite du client attestant son niveau de satisfaction à l'égard de la vidéo.

**APPENDICE 2 À L'ANNEXE « D » GRILLE D'ÉVALUATION
FICHE DE RENSEIGNEMENTS SUR LA DÉMONSTRATION PHOTO
(Sera évaluée conformément à la rubrique R.2.)**

PHOTO N° ____ TITRE _____

- a. Client : _____
- b. Personne-ressource du client : _____
- c. Budget : _____
- d. Objectifs du client :
Décrivez la pensée stratégique qui a mené à l'approche créatrice que vous avez adoptée pour réaliser les objectifs de votre client.
- e. Description et objet de la campagne pour laquelle la photo a été produite :
Décrivez les exigences opérationnelles de votre client, les difficultés ou les occasions qui se sont présentées et ce que votre entreprise a été appelée à faire. Incluez une description des produits, des services ou des enjeux sociaux au cœur de la campagne photo, les marchés visés et les auditoires cibles.
- f. Approche créatrice :
La description devrait préciser comment la photo a été utilisée pour véhiculer le message et attirer l'attention sur les bons éléments de la composition. La description devrait préciser comment la qualité de la photo et les techniques d'imagerie ont été utilisées pour répondre aux objectifs du client aux fins de la campagne pour laquelle la photo a été produite.

La description devrait également donner des détails sur la façon dont l'offrant a utilisé les éléments artistiques suivants pour répondre aux objectifs du client aux fins de la production.
 - 1) contrastes
 - 2) couleur et équilibre chromatique
 - 3) éclairage
 - 4) ombres
 - 5) exposition, ouverture, plus ou moins de netteté, effet bokeh ou flou
 - 6) autres techniques permettant d'obtenir des effets physiques (grains de poussière, éblouissement, éruption solaire, vignettage, etc.).
- g. Description des techniques utilisées dans la production photo pour communiquer le thème et le message :

Description des techniques utilisées dans la production photo pour communiquer le message. La description devrait préciser comment l'offrant a utilisé les éléments suivants pour faire ressortir le sujet et le message afin de répondre aux objectifs du client pour les besoins de la campagne pour laquelle la photo a été produite.

- 1) disposition physique et position du sujet
- 2) symétrie
- 3) espace et équilibre
- 4) encombrement ou dispersion

-
- 5) recadrage
 - 6) angles de caméra
 - 7) profondeur
 - 8) cadrage

h. Résultats du projet ou de la campagne

Résumez les résultats du projet ou de la campagne. Les résultats doivent porter sur toute la durée du projet ou de la campagne, et non uniquement sur les périodes de pointe, lorsqu'ils étaient optimaux. Incluez les paramètres du projet ou de la campagne (indicateurs de rendement clés) ainsi que les résultats par rapport aux jalons, aux objectifs opérationnels du client et aux médias numériques et sociaux. Une confirmation écrite (courriel ou lettre) devrait être soumise.