



**Request for Proposal (RFP)**  
**Foreign Affairs, Trade and Development Canada**

**SOLLICITATION MODIFICATION # 001**

Cette modification de l'invitation # 001 est porté à:

- 1 Fournir les réponses aux questions des soumissionnaires par rapport à la DP comme indiqué à la section 1 ci-dessous.
- 2 Modifier la demande de proposition comme indiqué à la section 2 ci-dessous.

**Section 1**

**Q1: Nous trouvons votre gamme d'exigences obligatoires EO1 et EO2 assez étroites étant donné que les agences ont une grande ampleur de services et une portée large de clientèles. Comme il y a deux parties à la présente DP (marque + marketing), il serait judicieux de diviser ceux-ci. Marque pour des audiences étrangères / Marketing pour des audiences étrangères .. et la même chose pour EO2.**

*R1: Merci pour vos commentaires et suggestions. Nous avons décidé de conserver les critères d'évaluation tels quels.*

**Q2: Est-ce qu'il y a une raison spécifique pourquoi cette DDP n'a pas été émise à travers l'arrangement existant en matière d'approvisionnement en marketing et communications du GdC?**

*A2: Compte tenu de la nature du projet et la portée du travail, nous souhaitons que cet appel de propositions soit accessible à un plus grand nombre de soumissionnaires potentiels.*

**Q3 : Dans la section 3.1, objectif 3, il est indiqué que vous cherchez pour du développement de la messagerie mondiale y compris les slogans pour tous et pour chaque public cible décrit dans la portée des travaux. Pourriez-vous préciser si vous avez besoin de ces derniers pour être développés dans la langue de choix du pays en question ou uniquement en anglais et que ce dernier soit adapté ultérieurement?**

*A3 : Les messages peuvent être développés en anglais seulement. Nous allons les adapter et les traduire à une date ultérieure après la fin de ce mandat.*

**Q4 : Dans la section 3.2, objectif 3, il est également indiqué que les messages clés pour tous les publics cibles sont adaptés pour des pays/régions particuliers, en ordre d'importance. Pourriez-vous préciser si vous avez besoin de ces « adaptés » dans la langue de choix du pays ou uniquement en anglais et que ce dernier soit adapté ultérieurement?**

*A4 : Les messages peuvent être développés en anglais seulement. Nous allons les adapter et les traduire à une date ultérieure après la fin de ce mandat.*

**Q5 : Étant donné que le ministère a déjà sélectionné des pays cibles, pouvons-nous présumer que la recherche en question a été menée dans ces pays par le MAECD, et si oui, allez-vous partager les résultats de cette recherche avec le promoteur gagnant? Ou est-ce que le promoteur devra faire la recherche dans ce pays cibles afin de développer la messagerie et les autres produits?**

**Request for Proposal (RFP)**  
**Foreign Affairs, Trade and Development Canada**

*A5 : Dans la section 5.0, sous Tâche 2, nous avons prévu de fournir au soumissionnaire gagnant des rapports de marché des 6 pays cibles mentionnés dans la demande de propositions. Nous avons aussi d'autres rapports qui viendront compléter ces études de marché tels que le Rapport sur l'information concernant l'éducation internationale au Canada (Canada's international Education Intelligence Report) – 2013-2014, ICG.*

*De plus, tel que mentionné au point 4.9 de l'Énoncé des Travaux, Le soumissionnaire gagnant peut également avoir à fournir des données d'analyse et de recherche secondaires qui serviront de fondement pour l'élaboration des messages et du plan de marketing. Si d'autres études sont nécessaires, l'entrepreneur doit informer le chargé de projet pendant la première étape du contrat, en fournissant une analyse de rentabilité comprenant la portée et les coûts de chaque étude.*

**Q6 : Est-ce que le développement de la marque et la planification des communications de marketing des études de cas pour les établissements d'enseignement canadiens admissibles contre des études de cas pour « marketing territorial » ou cherchez-vous spécifiquement pour une province, ville, région ou pays? Je demande puisque le point de critères techniques cotés se concentre sur le ciblage des publics jeunes comme marchés prioritaires et la compréhension de la nature concurrentielle du Canada dans le secteur de l'éducation ? Veuillez aviser.**

*A6 : Le développement d'une image de marque et de stratégies de marketing/communication se qualifient comme du "marketing pour un endroit donné" s'il est démontré que le marketing de l'établissement d'enseignement comprend des aspects de la promotion de sa localisation.*

**Request for Proposal (RFP)**  
**Foreign Affairs, Trade and Development Canada**

**Section 2**

À la section L'invitation prend fin:

Supprimer: Mardi 6 octobre 2014

Insérer: Mardi 14 octobre 2014

Les autres termes et conditions restent les mêmes.