



Commission canadienne  
du tourisme

Canadian Tourism  
Commission

## **Demande de propositions avec négociations**

Titre du concours :	Agent général des ventes, France
Numéro du concours :	CTC-2015-NK-05
Date et heure limites :	Le 6 août 2015 à 14 h, heure du Pacifique (HP)
Autorité contractante :	Nathan King 604-638-8343 procurement@ctc-cct.ca

Remarque : Le présent document ne peut être ni reproduit ni distribué sans l'approbation expresse et préalable du Service de l'approvisionnement de la Commission canadienne du tourisme, excepté lorsque son utilisation par un soumissionnaire répondant directement à cette demande de propositions avec négociations est autorisée.

## Section A – Introduction

---

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est l'organisme national de marketing touristique du Canada. À titre de société d'État, elle soutient l'industrie canadienne du tourisme en faisant la promotion du Canada en tant que destination touristique quatre-saisons de premier choix et l'économie du pays en générant des recettes d'exportation du tourisme.

Elle travaille en collaboration et en partenariat avec le secteur privé et les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires pour maintenir la compétitivité du secteur touristique et positionner le Canada comme une destination où les voyageurs peuvent créer leurs propres expériences extraordinaires.

La stratégie de la CCT met l'accent sur les marchés étrangers où la marque touristique du Canada est à l'avant-scène et qui fournissent le meilleur rendement du capital investi. La CCT mène des activités dans 11 marchés géographiques cibles : l'Allemagne, l'Australie, le Brésil, la Chine, la Corée du Sud, les États-Unis, la France, l'Inde, le Japon, le Mexique et le Royaume-Uni.

Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le site <http://corporate.canada.travel/>.

### A.1 Objet et intention

L'objectif de la présente demande de propositions avec négociations (DDPN) est d'obtenir des soumissions de la part d'entreprises capables de fournir des services de ventes et de marketing en France. Le soumissionnaire retenu devra réussir à stimuler et à établir la marque Canada en France, et à accroître la notoriété de celle-ci grâce à la formation continue des professionnels des voyages, à la gestion des comptes principaux parmi les professionnels des voyages, aux relations avec les médias et aux activités de promotion auprès des consommateurs. Vous trouverez les exigences détaillées dans l'énoncé de travail (section C).

La CCT vise à conclure un accord avec le soumissionnaire le plus apte à servir les intérêts de la CCT. Au terme du processus de DDPN, le soumissionnaire retenu (l'« entrepreneur ») pourrait être appelé à collaborer avec les autres fournisseurs de services et partenaires de la CCT pour veiller à ce que les services de relations publiques et de communications respectent le mandat, la marque et la stratégie d'entreprise de la CCT.

Le présent processus d'approvisionnement n'a ni pour but ni pour effet de créer un processus d'appel d'offres officiel et exécutoire qui donnerait lieu à un « contrat A » entre chaque soumissionnaire et la CCT. Il vise plutôt à donner à la CCT l'occasion de prendre connaissance des produits et services que les soumissionnaires peuvent offrir en réponse à son énoncé de travail. Selon le nombre de réponses et leur diversité, la CCT négociera par la suite avec les soumissionnaires dont la proposition répond le mieux, d'après elle, à ses besoins.

En soumettant sa proposition, le soumissionnaire accepte ce processus incluant de telles négociations et reconnaît qu'il ne pourra pas déposer de réclamation contre la CCT relativement à l'attribution ou non d'un contrat, ou encore à une situation où la CCT ne donnerait pas suite à une réponse à la présente DDPN.

En résumé, la présente DDPN est publiée dans l'unique but de recevoir des propositions. La CCT n'est aucunement tenue de conclure un accord suivant la publication de cette DDPN ou la soumission d'une proposition. L'objet de cette DDPN consiste à établir une liste de fournisseurs aptes à répondre aux exigences de la CCT et avec lesquels il serait possible de négocier un accord officiel.

## A.2 Durée du contrat

La CCT prévoit de négocier avec le ou les soumissionnaires retenus un contrat d'une durée maximale de trois (3) ans avec option de reconduction annuelle, laissée à l'entière discrétion de la CCT, pour un mandat total n'excédant pas le contrat initial par plus de quatre (4) ans. La CCT ne prend pas d'entente d'exclusivité, ne garantit pas le recours aux services de l'entrepreneur et ne s'avance aucunement quant à la valeur ou au volume du travail qui pourrait être attribué à l'entrepreneur.

## SECTION B – CRITÈRES D'ÉVALUATION ET INSTRUCTIONS

---

### B.1 Évaluation selon les critères impératifs

Les propositions seront d'abord évaluées en fonction des critères impératifs énoncés à la section D. Les soumissionnaires dont la proposition ne satisfait pas aux critères impératifs disposeront d'un certain temps pour corriger les lacunes décelées (la « période de rectification »). Si ces propositions satisfont aux critères impératifs au terme de la période de rectification, elles seront ensuite évaluées conformément aux critères décrits à la section B.2. Toute proposition ne satisfaisant pas aux critères impératifs au terme de la période de rectification sera exclue du processus d'évaluation, et le soumissionnaire en sera avisé. La période de rectification commencera à la date limite de soumission des propositions et se terminera après une période définie par la CCT, à sa seule discrétion.

### B.2 Évaluation selon les critères souhaités

Les propositions répondant aux critères impératifs seront ensuite évaluées et notées selon les critères souhaités, définis plus loin. Le comité d'évaluation pourrait être formé d'employés et de consultants de la CCT, liés par un accord de confidentialité relativement au processus de DDPN. Ce comité sera responsable d'examiner et d'évaluer les propositions, puis de formuler une recommandation à la haute direction de la CCT quant à l'attribution du contrat.

Dans tous les cas, les décisions sur le degré de satisfaction aux critères établis ainsi que la note attribuée lors de l'évaluation sont à l'entière discrétion de la CCT, tant pour les propositions que pour les présentations ou démonstrations (le cas échéant).

B.2.1 Questionnaire sur les critères souhaités (section E) 40 %

Les propositions seront évaluées selon les critères souhaités indiqués à la section E. Les propositions qui obtiennent une note d'au moins 60 % (la « note de passage ») pour cet élément d'évaluation comptant pour 40 % de la note finale seront ensuite évaluées selon la tarification proposée et les présentations, entre autres critères.

B.2.2 Tarification proposée (section F) 30 %

Après l'évaluation de la tarification proposée, la CCT pourrait limiter les évaluations subséquentes à un maximum de trois (3) des soumissionnaires les mieux classés (les « soumissionnaires présélectionnés »). Seuls les soumissionnaires présélectionnés passeront à l'étape de la présentation.

B.2.3 Présentations (section G) 30 %

TOTAL 100 %

#### B.2.4 Négociations

La CCT compte mener des négociations parallèles, conformément à la section H.10 – Négociations, avec au plus les trois (3) soumissionnaires présélectionnés ayant obtenu les meilleurs résultats.

### B.3 Instructions : soumission des propositions, déclaration d'intention et questions

#### B.3.1 Soumissions

Les soumissionnaires doivent soumettre leur proposition complète par courriel à l'autorité contractante d'ici la date et l'heure limites (la « date limite »), soit le **6 août 2015 à 14 h (HP)**.

Toute proposition reçue après la date limite pourrait être rejetée d'emblée par la CCT. Le soumissionnaire assume l'entière responsabilité de la soumission de son offre de services dans les délais prescrits.

Les propositions doivent être soumises en format PDF, selon la procédure définie au point B.3.4 ci-après. Toutes les propositions reçues dans le cadre de cette DDPN deviendront la propriété de la CCT. La date et l'heure officielles de réception des propositions seront celles indiquées dans le système de messagerie électronique de la CCT.

#### B.3.2 Déclarations d'intention

Les soumissionnaires doivent annoncer leur intention de soumettre une proposition (la « déclaration d'intention ») en envoyant un courriel à l'autorité contractante au plus tard le 24 juillet 2015 à 14 h (HP). Les soumissionnaires pourraient avoir la possibilité de soumettre une proposition si cette échéance n'est pas respectée.

#### B.3.3 Questions

Les soumissionnaires peuvent poser des questions par courriel en écrivant à l'autorité contractante d'ici le 28 juillet 2015 à 14 h (HP). Les questions reçues après cela pourraient ne pas être traitées.

Si la CCT estime, à son entière discrétion, que la réponse à certaines questions est de l'intérêt de l'ensemble des soumissionnaires, elle mettra à la disposition de tous un résumé anonyme des questions et réponses, qui prendra la forme d'une modification. Le nom de l'auteur de chacune des questions sera tenu confidentiel.

Si un soumissionnaire estime qu'en divulguant l'une de ses questions et la réponse à celle-ci, la CCT risque de dévoiler un aspect confidentiel de sa proposition, il peut accompagner cette question d'une note expliquant pourquoi il souhaite l'exclure des questions et des réponses publiées. Si la CCT acquiesce à cette demande, la question sera traitée de façon confidentielle et ne sera pas publiée. En revanche, si la CCT rejette la demande, elle demandera au soumissionnaire de reformuler sa question ou, si cela s'avère impossible, de la retirer.

#### B.3.4 Instructions

Toutes les propositions, déclarations d'intention et questions doivent être adressées par courriel à [procurement@ctc-cct.ca](mailto:procurement@ctc-cct.ca) avec comme objet « **DDPN CTC-2015-NK-05 Agent général des ventes, France – CONFIDENTIEL** ». Indiquez aussi ce qui suit dans chaque message :

- le nom de l'entreprise;
- le nom et le titre de la personne-ressource;
- les numéros de téléphone, de cellulaire et de télécopieur et l'adresse courriel de la personne-ressource;
- la ou les sections de la DDPN visées, s'il y a lieu.

Les courriels dépassant les huit mégaoctets (Mo) ne seront pas acceptés. Au besoin, les soumissionnaires doivent diviser leur réponse en fichiers numérotés de taille appropriée (moins de 8 Mo). Dans son premier courriel, le soumissionnaire doit alors fournir les précisions sur chaque section et indiquer le nombre de courriels qu'il compte envoyer. Les propositions seront conservées dans un environnement informatique sécurisé à accès restreint. Elles ne seront ouvertes qu'après la date limite.

## **B.4 Formulaires de réponse, format et portée de la DDPN**

### **B.4.1 Formulaires de réponse de la DDPN**

Les soumissionnaires doivent remplir et inclure les documents suivants dans leur proposition :

- Annexe 1 – Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'attestation
- Annexe 2 – Formulaire de déclaration des faits importants
- Annexe 3 – Modifications
- Annexe 4 – Déclaration des sous-traitants (s'il y a lieu)
- Section D – Questionnaire sur les critères impératifs (s'il y a lieu)
- Section E – Questionnaire sur les critères souhaités
- Section F – Proposition de tarification (fichier distinct)

### **B.4.2 Format et portée de la DDPN**

La présente DDPN établit les exigences, les critères souhaités et les considérations supplémentaires de la CCT. Dans leur proposition, les soumissionnaires doivent présenter une description directe et détaillée de leur capacité à répondre aux exigences énoncées dans cette DDPN, en mettant l'accent sur l'exhaustivité et la clarté du contenu et en veillant à la correspondance avec les numéros de section indiqués. Les propositions qui ne répondent pas clairement aux exigences ou ne font pas référence aux numéros de section applicables pourraient ne pas être évaluées.

Veillez ne pas inclure d'hyperliens ou de liens vers des sites de médias sociaux (p. ex. LinkedIn), car la CCT ne les examinera pas systématiquement dans le cadre du processus. Toute information soumise à l'évaluation doit donc être comprise dans votre proposition écrite.

Seuls les documents fournis en réponse à la présente DDPN ainsi que les présentations ou démonstrations (s'il y a lieu) seront examinés et évalués. L'information, les propositions et les présentations déjà fournies à la CCT ou toute autre référence à du matériel, à de l'information ou à des présentations ne figurant pas dans votre proposition actuelle ne seront pas examinées. Le soumissionnaire ne doit présumer d'aucune façon que la CCT connaît déjà ses compétences, en dehors des renseignements fournis aux termes de la présente DDPN.

## **B.5 Gestion du rendement de l'entrepreneur**

La CCT tient à favoriser et à entretenir des relations solides et positives avec ses entrepreneurs afin de veiller au maintien des services essentiels ainsi qu'à l'obtention du meilleur rapport

qualité-prix et des meilleurs avantages économiques pour l'ensemble de l'organisation. Ainsi, pendant la durée de tout accord éventuel, le rendement de l'entrepreneur pourrait être évalué au moyen de mesures clés de rendement.

Tout entrepreneur dont le rendement se révélerait ou se serait révélé insuffisant au cours de l'exécution d'un contrat actuel ou antérieur pourrait être considéré comme un soumissionnaire non qualifié, et sa proposition pourrait être rejetée. La CCT se réserve le droit d'exercer cette option si elle le juge approprié ou nécessaire.

## SECTION C – ÉNONCÉ DE TRAVAIL

---

### C.1 Présentation

La Commission canadienne du tourisme (CCT) est présente sur le marché français depuis plus de 25 ans et poursuit les objectifs suivants :

- 1) augmenter la notoriété du Canada auprès des voyageurs potentiels et amener ces derniers à envisager le Canada comme destination;
- 2) convertir les voyageurs à haut rendement pour qu'ils visitent le Canada.

L'objectif de cette DDPN est de conclure un contrat avec un agent général des ventes (l'« entrepreneur ») chargé d'accroître en France la considération active de la marque du Canada grâce à des efforts continus dans les domaines suivants : formation des professionnels des voyages, gestion des comptes principaux dans le secteur des professionnels des voyages, relations publiques et avec les médias, engagement dans les médias sociaux et activités de marketing auprès des consommateurs.

### C.2 Portée des travaux

L'entrepreneur devra, pour chaque année du contrat, effectuer les travaux suivants sous la direction stratégique du bureau régional de la CCT situé à Londres et en collaboration avec les unités du Marketing général et des Communications internationales de la CCT à Vancouver. Chaque année, l'agent général des ventes (AGV) prépare un plan pour le pays à l'appui de notre Plan général de marketing et de ventes et à l'appui des cibles liées aux indicateurs clés de rendement découlant du tableau de bord prospectif de l'organisation. Le travail de l'AGV est évalué deux fois par an au moyen du système d'évaluation du rendement des entrepreneurs mis au point par la CCT.

- a) Activités auprès des professionnels des voyages, y compris les tâches suivantes :

#### Gestion des comptes principaux

- Modéliser la gestion des comptes principaux afin de classer les voyageurs français en différentes catégories (les comptes principaux, potentiels et autres) selon leur capacité à générer de l'activité touristique au Canada.
- Concevoir et mettre en œuvre pour les comptes principaux un plan de ventes qui comporte une gamme d'activités telles que des initiatives de marketing conjointes, l'utilisation d'images issues de la médiathèque de la marque Canada pour améliorer la visibilité du Canada dans les brochures des voyageurs et l'organisation de visites de familiarisation afin d'élargir la gamme de produits canadiens offerts.
- Gérer les relations avec les comptes principaux et s'assurer de la qualité de leur travail au moyen d'exams semestriels.
- Conseiller la CCT quant aux possibilités d'intégrer des professionnels des voyages de premier plan dans les activités de marketing auprès des consommateurs. Ceci comprend généralement travailler de concert avec les comptes principaux sur la gamme de produits, partager nos connaissances, tenir les professionnels des voyages au courant de nos initiatives de marketing ciblant les consommateurs, ainsi que nous assurer de la cohérence entre les initiatives de marketing conjointes avec les professionnels de voyages et nos activités s'adressant aux consommateurs. Cela pourrait également nécessiter des rencontres avec les équipes de marketing de la CCT afin de leur fournir un aperçu des tendances du marché et des activités des professionnels des voyages, et également de travailler sur l'intégration du contenu de marketing dans les publications du secteur, dans les médias et les plateformes numériques des professionnels des voyages,

ainsi que dans des environnements physiques tels que les comptoirs de service ou les événements.

#### Programme des spécialistes du Canada (PSC)

- Promouvoir le Programme des spécialistes du Canada (PSC) de la CCT, lequel compte 500 agents certifiés en France. Il s'adresse aux agents au détail et au personnel de réservation des voyagistes et vise à accroître leur intérêt, à mettre leurs qualifications à niveau et à faciliter leur apprentissage continu des produits canadiens.
- Assurer la mise à jour des modules du PSC liés au marché local (par exemple les nouvelles et événements et les dossiers de formation) et faire part à la CCT des possibilités d'élaborer du contenu dans d'autres domaines.
- Assurer la formation continue et soutenir l'intérêt des agents au moyen d'activités telles que des webinaires, des séminaires, des présentations et l'utilisation des médias sociaux de façon à obtenir la mobilisation complète du réseau PSC et à renforcer son efficacité en tant que groupe de promotion et force de vente pour le Canada.

#### Salons professionnels et événements

- Planifier et organiser le stand du Canada au salon professionnel annuel IFTM Top Resa, qui regroupe une trentaine de fournisseurs canadiens. Il s'agit d'une occasion unique de réseautage interentreprises intensif, qui permet aux partenaires de l'industrie canadienne des voyages de présenter de nouveaux produits canadiens emballants aux acheteurs français. Pour obtenir des renseignements sur IFTM Top Resa, consultez la page : <http://fr.destinationcanada.com/ressources-industrie/salons-professionnels-evenements>
- Planifier et organiser la participation des voyagistes à l'événement Rendez-vous Canada de la CCT, pour leur donner l'occasion d'acheter des produits et des expériences du Canada, en compagnie d'acheteurs issus des autres marchés étrangers de la CCT. L'objectif de fréquentation de Rendez-vous Canada sera fixé chaque année par la CCT. Pour obtenir des renseignements sur cet événement, consulter la page : <http://rendezvouscanada.travel>
- Répertorier les salons professionnels et les événements intéressants dans le marché et, sur approbation, organiser la présence du Canada.

#### Autres services liés aux professionnels des voyages

- Communiquer de façon proactive nos plans de marketing et de ventes aux représentants locaux de l'industrie canadienne afin de maximiser les possibilités de partenariat, de sorte qu'ils puissent tirer le maximum des plateformes que nous proposons, pour ainsi renforcer l'harmonisation et la force de nos initiatives dans le marché.
- Organiser des voyages de familiarisation au Canada pour les acheteurs des voyagistes et les professionnels des voyages certifiés du PSC, en partenariat avec les organismes de marketing des provinces et des destinations et les compagnies aériennes.
- Participer au renforcement de la marque de la CCT en tant qu'organisation chef de file, par exemple à l'aide des outils de la CCT tels que le PSC, la médiathèque de la marque Canada, le centre des médias et les rapports de recherche.
- Fournir chaque trimestre, dans le format défini par la CCT, des renseignements concernant les ventes des comptes principaux, la capacité aérienne, les tendances émergentes en matière de tourisme, les activités de développement du marché (professionnels des voyages, médias, relations publiques, réseaux sociaux), l'environnement concurrentiel et les perspectives de ventes pour le Canada.
- Servir de point de contact aux professionnels des voyages français et répondre à leurs demandes d'information.
- Fournir une assistance de liaison aux vendeurs canadiens souhaitant élargir leurs activités en France.
- Assurer toute autre tâche demandée par la CCT et apporter le soutien requis par la CCT pour la réalisation de ses engagements de ventes et de marketing.

b) Éléments livrables quant aux professionnels des voyages :

- Dans le cadre de la préparation du plan pour le pays, l'AGV produira et mettra en œuvre un plan tactique concernant les professionnels des voyages, pour lequel un rapport trimestriel devra être envoyé au bureau régional.
- Préparer des rapports trimestriels prévisionnels et d'analyse des écarts budgétaires, pour le budget des activités liées aux professionnels des voyages, et les envoyer au bureau régional (sur le modèle fourni par la CCT).
- Évaluation des principales activités visant les professionnels des voyages, notamment l'évaluation deux fois par année du rendement du capital investi (RCI) du marketing conjoint. Le RCI correspond au rapport entre les résultats des campagnes conjointes, tels que mesurés par les ventes communiquées par les comptes principaux, et l'investissement de la CCT.
- Évaluer le rendement de la participation à IFTM Top Resa en menant un sondage auprès des vendeurs et des acheteurs à l'aide du modèle d'analyse de la CCT et préparer des recommandations pour d'éventuelles améliorations au stand du Canada. Ce sondage doit mesurer le niveau de satisfaction des partenaires par rapport au travail de la CCT et l'apport de ces événements à la réalisation de leurs objectifs de ventes pour le marché.
- Conclure des accords de partenariat au sein de l'industrie pour contrôler l'activité de partenariat (plans, obligations, délais) et pour établir un suivi de la contribution des partenaires de la CCT.
- Recourir aux pratiques exemplaires et communiquer ces pratiques au bureau régional et aux AGV de l'ensemble du réseau de la CCT, s'il y a lieu. Une réunion de planification annuelle devrait normalement se tenir à Vancouver ou à Londres pour faciliter cette activité.

c) Services de relations avec les médias, de relations publiques et de marketing social, y compris les tâches suivantes :

Relations avec les médias et relations publiques

- Concevoir et mettre en œuvre des plans de relations publiques et de relations avec les médias qui optimisent la stratégie globale de marketing et de communication.
- Suggérer de façon proactive des idées d'articles aux principaux médias pour optimiser la force des récits et des expériences uniques qu'offre le Canada et utiliser les profils du QE pour gérer l'allocation des ressources.
- En collaboration étroite avec l'équipe canadienne des relations avec les médias internationaux de la CCT, et à l'aide de son soutien et de ses conseils, organiser des visites de journalistes au Canada dans le cadre de partenariats conclus avec des partenaires provinciaux et commerciaux.
- Organiser la participation des médias et des influenceurs aux salons GoMedia Canada et RVC organisés au Canada. L'objectif chiffré de participation des médias à GoMedia sera défini chaque année par la CCT. Pour obtenir des renseignements sur GoMedia Canada, rendez-vous à l'adresse : <https://www.media.gomediacanada.com>
- Gérer les points de presse et les conférences de presse, le cas échéant.
- Distribuer des messages pertinents aux professionnels des voyages, au moyen de communiqués de presse et d'annonces.
- Élaborer du matériel de marketing (dossiers de presse, communiqués de presse écrits ou vidéo mettant de l'avant les ressources, contenus et résultats de recherche existants produits au siège social de la CCT, etc.).

- Communiquer de façon proactive nos plans médias et de relations publiques aux représentants de l'industrie canadienne présents dans le marché afin de renforcer les possibilités de partenariat et d'harmonisation.
- Assurer la liaison avec le siège social de la CCT et appuyer tous les messages clés et les processus approuvés relatifs à l'industrie et à la CCT (annonces de la CCT, annonces ou nouvelles sur l'industrie, demandes d'entretien avec les cadres de la CCT, etc.).
- Tenir la CCT au courant de toute couverture médiatique la concernant ou de risques potentiels liés au marché.
- Concevoir et mettre en œuvre, en partenariat, des activités utilisant les achats médias à l'appui des plans de la CCT liés au marketing de contenu.
- Effectuer tout autre travail lié aux relations publiques et aux relations avec les médias que peut demander la CCT, par exemple des conseils et du soutien pour l'élaboration et la mise en œuvre de sa stratégie de marketing, y compris des recommandations et des activations pour le contenu, les médias et les partenariats non traditionnels.

#### Marketing social

- Gérer le contenu dans les médias sociaux en collaboration étroite avec l'équipe du marketing de contenu de la CCT, fournir des services tels que la recherche et la sélection de contenus et leur mise en ligne sur les canaux sociaux de la CCT, commenter les données sur le rendement et faire des recommandations d'activités promotionnelles, y compris sur les besoins en médias payants.
- Élaborer du contenu aux fins de diffusion dans tous les canaux de médias sociaux, le publier, le modifier, le gérer et le faire vivre, et répondre aux commentaires, afin d'accroître la visibilité et l'influence de la CCT dans les médias sociaux présents en France, comme Facebook, Twitter, YouTube et les autres canaux pertinents.
- Participer activement à toutes les formes de marketing social en restant à l'avant-garde des tendances et en profitant de l'influence des médias sociaux pour diffuser du contenu, saisir des occasions, travailler avec les influenceurs et les professionnels des voyages et s'adresser directement aux consommateurs.
- Élaborer et mettre en œuvre des campagnes de marketing social en collaboration avec des comptes principaux, des agents certifiés du PSC et des partenaires de l'industrie canadienne afin d'accroître la notoriété de la marque et de mettre en valeur le Canada en tant que destinations quatre-saisons pour le distinguer des autres destinations.

#### d) Éléments livrables relativement aux relations avec les médias, aux relations publiques et au marketing social :

- Dans le cadre de la préparation du plan pour le pays, l'AGV produira et mettra en œuvre un plan tactique concernant les médias, les relations publiques et le marketing social, pour lequel un rapport trimestriel devra être envoyé au bureau régional.
- Préparer des rapports trimestriels prévisionnels et d'analyse des écarts budgétaires, pour le budget des activités liées aux médias, aux relations publiques et au marketing social, et les envoyer au bureau régional (sur le modèle fourni par la CCT).
- Participer aux conférences téléphoniques mensuelles organisées par l'équipe des relations internationales avec les médias au Canada pour mettre en commun les pratiques exemplaires et les renseignements sur les dernières tendances du marché, actualiser la planification stratégique et discuter des demandes de soutien.
- Fournir au Service des communications internationales de la CCT des rapports portant sur le marketing social et les activités de relations publiques et de relations avec les médias. Ces rapports, envoyés sur une base régulière et présentés au format défini par le siège social de la CCT, peuvent comporter un compte rendu des événements spéciaux (GoMedia, RVC) et des initiatives spécifiques (couverture des expériences canadiennes distinctives), ou des comparaisons mensuelles.

- Élaborer des accords de partenariat entre la CCT et des partenaires de l'industrie pour les voyages de familiarisation organisés au Canada dans le cadre des relations avec les médias, et pour d'autres activités clés susceptibles de donner lieu à un partenariat.

e) Autres éléments livrables potentiels :

Marketing auprès des consommateurs

- Fournir des avis et des conseils sur les stratégies et tactiques de marketing visant les consommateurs, y compris les plans médias, incluant notamment la publicité, le marketing relationnel, les médias, la recherche et l'analyse, l'analyse concurrentielle, les médias interactifs, la vidéo, les promotions, la conception de matériel de marketing, les médias sociaux et les événements spéciaux, tels que requis par le client.
- Aux fins de l'exécution des plans, acheter des placements dans les médias numériques et traditionnels, directement ou indirectement, en négociant les modalités et les tarifs les plus favorables à la CCT.
- Acquérir les droits relatifs à toute la propriété intellectuelle élaborée par les employés, les agents ou les sous-traitants du soumissionnaire pour le compte de la CCT.
- Aider la CCT à évaluer les campagnes de marketing visant les consommateurs, notamment quant aux résultats en matière de notoriété de la marque, de préférence de marque, de réponses directes, de conversion, de couverture médiatique et de rendement du capital investi.
- Prendre en charge la rémunération en temps utile de toute tierce partie embauchée par l'entrepreneur au nom de la CCT.
- Veiller à ce que les services de production soient conduits jusqu'à leur terme, en vérifiant notamment leur conformité à l'image de marque.

## **SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS**

---

Les critères impératifs doivent être entièrement satisfaits pour que les propositions soient évaluées.

### **D.1 Critères impératifs**

D.1.1 Le soumissionnaire retenu doit avoir des bureaux à Paris, en France, ou être prêt à s'y installer. Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui

Non

D.1.1 Le soumissionnaire retenu doit être en mesure de travailler avec des comptes principaux et des médias partout en France. Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui

Non

## **SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES SOUHAITÉS**

---

Le soumissionnaire doit donner des réponses claires et concises aux questions ci-dessous, en respectant le nombre limite de pages recommandé. S'il annexe des documents pour répondre à l'une des questions, il doit inclure dans la réponse un renvoi aux documents annexés.

### **E.1 Exigences opérationnelles et techniques**

E.1.1 Décrivez brièvement votre entreprise, en mentionnant ce qui suit :

- a) la structure de votre organisation et les ressources, services et soutien supplémentaires que votre entreprise peut offrir à la CCT pour l'aider à atteindre ses objectifs;
- b) le nombre d'années d'expérience, la réputation, les compétences de base et l'expertise pour laquelle votre entreprise est reconnue dans le marché;
- c) en quoi votre expertise et votre expérience correspondent bien aux besoins de la CCT.

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.2 Donnez un exemple d'activité de la CCT qui est, selon vous, particulièrement efficace dans le marché de la France, et expliquez pourquoi.

Votre réponse à cette question doit se limiter à une page.

E.1.3 Fournissez des renseignements, accompagnés de curriculum vitae, sur le gestionnaire de compte et l'équipe responsable du compte qui travailleront avec la CCT, en mentionnant :

- a) des renseignements pertinents sur leur expérience, leur formation et leur expertise;
- b) leurs rôles et responsabilités;
- c) leur expérience dans le domaine des voyages et du tourisme.

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.4 Décrivez les relations de travail idéales que vous envisagez avec la CCT ainsi que les mesures que vous prendrez pour faire en sorte de livrer les éléments demandés et de maintenir la communication.

Votre réponse à cette question doit se limiter à une page.

E.1.5 Donnez un exemple qui témoigne de l'expérience de votre entreprise en tant que représentante d'une destination touristique en France.

Votre réponse à cette question doit se limiter à trois pages.

E.1.6 Donnez deux exemples qui témoignent de votre capacité à promouvoir une destination touristique en France et expliquez en quoi votre stratégie marketing serait adaptée aux objectifs touristiques visés, au secteur des médias et des relations publiques, au secteur des professionnels des voyages et aux canaux de publicité visant les consommateurs.

Votre réponse à cette question doit se limiter à cinq pages.

E.1.7 Fournissez une étude de cas qui mettra en évidence votre capacité à développer, pour le compte de votre client, des comptes principaux au sein des professionnels des voyages dans les principales villes de France.

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.8 Décrivez comment vous envisagez de développer, pour le compte de la CCT, des comptes principaux au sein des professionnels de voyage dans les principales villes de France.

Votre réponse à cette question doit se limiter à une page.

E.1.9 Décrivez ce qui suit :

- a) les principales difficultés et possibilités que vous entrevoyez dans le cadre de la promotion du Canada sur le marché français;
- b) le plan que vous proposez pour surmonter ces difficultés;
- c) le plan que vous proposez pour tirer parti de ces possibilités.

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.10 Quelle est selon vous l'importance du rôle de coordination entre la CCT et les organismes de marketing provinciaux, les destinations urbaines et les partenaires de l'industrie canadienne présents dans le marché? Comment imaginez-vous votre collaboration avec ces intervenants?

Votre réponse à cette question doit se limiter à une page.

E.1.11 Quelles sont selon vous les trois principaux concurrents du Canada dans le marché français, et quelle stratégie de différenciation mettriez-vous en œuvre?

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.12 Fournissez une étude de cas qui témoigne de votre proactivité dans le recours aux relations publiques et aux relations avec les médias.

Votre réponse à cette question doit se limiter à une page.

E.1.13 Dressez une liste de cinq médias clés et de cinq influenceurs des médias sociaux français qui seraient les mieux alignés sur la CCT, et justifiez votre choix.

Votre réponse à cette question doit se limiter à trois pages.

E.1.14 Comment feriez-vous pour intégrer les canaux de médias sociaux avec les autres activités entreprises pour développer le tourisme pour le compte de la CCT?

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.15 Décrivez en détail le projet de relations publiques le plus créatif que vous ayez jamais mené, et expliquez pourquoi celui était le plus créatif.

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.16 Comment prévoyez-vous établir vos priorités quant aux événements et salons professionnels qui servent le mieux les intérêts de la CCT? Quelles sont vos recommandations pour que la CCT profite de la meilleure représentation possible à ces manifestations? Quels paramètres proposez-vous pour mesurer le succès?

Votre réponse à cette question doit se limiter à deux pages.

E.1.17 Détaillez les raisons pour lesquelles vous souhaitez représenter la CCT en France.

Votre réponse à cette question doit se limiter à une page.

E.1.18 Sous-traitants – S'il y a lieu, veuillez identifier les sous-traitants qui vous aideront à fournir les services décrits dans la présente DDPN, en remplissant le formulaire « Déclaration des sous-traitants » (annexe 5) et en le soumettant à l'approbation de la CCT. L'approbation des sous-traitants est à l'entière discrétion de la CCT.

Il revient au soumissionnaire de superviser et de coordonner tout projet ou service assigné aux sous-traitants pour assurer l'homogénéité des services offerts à la CCT.

Indiquez les mesures de contrôle de la qualité et les processus de règlement des différends liés au contrat que vous avez mis en place, le cas échéant, pour vos sous-traitants.

## SECTION F – TARIFICATION

---

Le soumissionnaire doit fournir sa proposition de tarification dans un fichier distinct de la réponse à la DDPN. Dans la proposition en question, il doit mentionner le numéro et le titre de la DDPN, ainsi que les renseignements sur son entreprise.

Comme la CCT ne possède qu'un budget limité, les soumissionnaires sont invités à présenter le meilleur rapport qualité-prix dans chaque élément de leur proposition, tout en tenant compte de l'ensemble des exigences de la présente DDPN et de l'ensemble des éléments de leur proposition.

Au moment d'évaluer les tarifs proposés, la CCT pourrait considérer le coût total de possession associé au produit ou au service pour toute sa durée de vie, ce qui comprend, sans toutefois s'y limiter, le coût d'acquisition, les ressources humaines, la formation, l'installation, le soutien, l'entretien, le transport, la logistique, les coûts de fonctionnement et les coûts d'élimination. Cela pourrait également comprendre les coûts de transition, de migration ou d'intégration que la CCT devrait s'attendre à assumer. Il ne doit y avoir aucun coût caché que la CCT risquerait de constater seulement à l'échéance du contrat.

La CCT ne prend aucun engagement et n'offre aucune garantie quant à la valeur monétaire ou au volume de travail qui pourrait attendre le soumissionnaire retenu.

### F.1 Détails de la tarification proposée

F.1.1 Nombre total d'heures de travail par année – La CCT prévoit engager le soumissionnaire retenu pour réaliser un certain nombre d'activités par année, pour un tarif annuel fixe. À la question E.1.2 de la section E – Questionnaire sur les critères souhaités, on demande aux soumissionnaires de désigner un gestionnaire de compte et une équipe responsable du compte. À l'annexe 6 – Nombre total d'heures de travail par année, veuillez indiquer le niveau de participation de chaque personne à l'énoncé de travail (section C), au cours d'une année.

F.1.2 Tarif horaire pondéré – Veuillez indiquer le tarif horaire pondéré que vous demanderez à la CCT, en fonction du niveau de participation de chacun de vos employés, en pourcentage d'ETP, tel qu'indiqué à l'annexe 6. **Le tarif horaire pondéré doit comprendre tous les bénéfices, les frais généraux et les autres frais de gestion que le soumissionnaire exigera.** Le tarif horaire pondéré exclut les dépenses et les frais administratifs engagés par le soumissionnaire au nom de la CCT.

Tarif horaire pondéré : \_\_\_\_\_ \$ CA, hors taxes

F.1.3 Tarif annuel fixe – Veuillez indiquer votre tarif annuel fixe, déterminé comme suit :

Nombre total d'heures consacrées à la CCT x Tarif horaire pondéré.

Tarif annuel fixe : \_\_\_\_\_

#### Remarque :

- Aux fins d'établissement de leur tarification, les soumissionnaires doivent partir du principe qu'ils disposeront d'un budget de fonctionnement annuel de 2 millions de dollars canadiens pour les frais de programmes (ventes et marketing) et les frais d'agence.
- Veuillez exclure de la tarification proposée tous les frais de déplacement (billets d'avion, hébergement, repas, etc.). Tous les tarifs doivent être donnés en dollars canadiens, hors taxes.

## **F.2 Rabais sur les paiements**

La CCT préfère les modalités de paiement net dans les 30 jours et pourrait envisager de payer avant l'échéance dans l'éventualité d'un rabais pour paiement hâtif.

F.2.1 Indiquez vos modalités de paiement et expliquez tout rabais pour paiement hâtif offert à la CCT.

## **F.3 Stratégies de tarification**

La CCT pourrait se montrer ouverte à d'autres stratégies de tarification, mesures incitatives, ristournes liées au volume ou autres offres qu'elle jugerait profitables. La CCT se réserve le droit de prendre en considération ou non toute offre qui lui sera proposée.

F.3.1 Veuillez indiquer toute autre stratégie de tarification dont votre entreprise serait prête à discuter avec la CCT.

## **SECTION G – EXIGENCES RELATIVES À LA PRÉSENTATION**

---

### **G.1 Exigences relatives aux présentations**

La CCT exigera des soumissionnaires présélectionnés qu'ils lui fassent une présentation de leur capacité à effectuer le travail décrit à la section C – Énoncé de travail.

Les soumissionnaires pourraient avoir à présenter ce qui suit :

- les représentants du compte : le gestionnaire et l'équipe responsable du compte de la CCT devront être présents et participer activement à la présentation;
- leur capacité à fournir les services;
- la stratégie proposée pour accroître le tourisme au Canada en provenance de la France.

Les présentations auront lieu durant la semaine du 21 septembre 2015 en France, dans un lieu à déterminer. Le soumissionnaire devra assumer tous les coûts associés à la présentation.

## SECTION H – CONDITIONS ET PROCESSUS RELATIFS À LA DDPN

---

### H.1 Échéancier du processus de DDPN

Voici l'échéancier du processus de sélection des soumissionnaires :

Déclaration d'intention	Le 24 juillet 2015 à 14 h (HP)
Date limite de réception des questions	Le 28 juillet 2015 à 14 h (HP)
Date et heure limites	Le 6 août 2015 à 14 h (HP)
Présentations des soumissionnaires présélectionnés (au besoin)	La semaine du 21 septembre 2015
Période de négociations parallèles	5 jours ouvrables suivant l'avis de la CCT
Avis : La CCT s'efforcera de faire part de son choix à tous les soumissionnaires, retenus ou non, autour de cette date.	Le 19 octobre 2015
Période de négociation du contrat	20 jours ouvrables suivant l'avis de la CCT

Remarque : La CCT se réserve le droit de modifier l'échéancier, à son entière discrétion.

### H.2 Interprétation de la DDPN

Si un soumissionnaire s'interroge sur le sens de l'une ou l'autre partie de la présente DDPN ou y trouve des erreurs, des omissions, des incohérences ou des ambiguïtés, il peut en faire part à la CCT, qui décidera s'il est nécessaire ou non de modifier la DDPN.

Il incombe au soumissionnaire de bien comprendre tous les aspects de la DDPN. S'il a besoin de clarifications, le soumissionnaire doit veiller à les obtenir avant de présenter sa proposition.

### H.3 Demandes de renseignements et communications

Seule l'autorité contractante nommée à la page titre de la DDPN est autorisée par la CCT à commenter toute section de la présente DDPN ou les exigences qui y sont décrites. La CCT ne sera pas liée par les renseignements ou les énoncés provenant d'une personne autre que l'autorité contractante désignée, et le soumissionnaire accepte de ne pas se fier à de tels renseignements ou énoncés.

Toute communication avec des personnes non autorisées ou toute tentative visant à influencer les résultats du processus en communiquant avec des employés de la CCT (autres que l'autorité contractante), des membres de son conseil d'administration ou des représentants du gouvernement entraînera la disqualification immédiate du soumissionnaire, qui pourra également voir sa candidature exclue de demandes de propositions ultérieures.

### H.4 Exactitude des renseignements

Bien que le contenu de la présente DDPN et les références au contenu d'autres documents aient été préparés et rédigés de bonne foi, la CCT ne fait aucune assertion et n'offre aucune garantie quant à leur exactitude ou à leur exhaustivité. La CCT peut modifier des éléments en tout temps, si les circonstances opérationnelles l'exigent.

### H.5 Modifications

La CCT peut apporter des modifications à la DDPN pour y intégrer des renseignements, des instructions, des changements ou des questions et réponses. Si la présente DDPN est publiée

sur le site Web Achatsetventes.gc.ca du gouvernement du Canada (« Achatsetventes »), la CCT peut y afficher des modifications, les faire parvenir à tous les soumissionnaires qui ont reçu une invitation ou ne les fournir qu'aux soumissionnaires qui ont déclaré leur intention de soumettre une proposition.

La CCT peut, à sa discrétion, publier des modifications apportées à la DDPN sur Achatsetventes avant la date limite; il revient au soumissionnaire de consulter régulièrement Achatsetventes pour se tenir au courant. Les modifications peuvent contenir des renseignements importants, dont des changements majeurs apportés à la présente DDPN. Le soumissionnaire est responsable de lire toutes les modifications et de confirmer qu'il en a tenu compte dans sa proposition (voir l'annexe 3).

#### **H.6 Modification et retrait**

La CCT accepte qu'une proposition déjà présentée soit modifiée ou retirée, à condition de recevoir les modifications ou l'avis de retrait par courriel avant la date limite. Les modifications et les renseignements reçus après la date limite ne seront pas acceptés, sauf sur invitation et demande de l'autorité contractante.

#### **H.7 Période de validité**

Les propositions doivent demeurer valides pendant une période d'au moins cent vingt (120) jours après la date limite.

#### **H.8 Coûts liés à la préparation de la proposition**

Le soumissionnaire doit assumer l'entière responsabilité des coûts, y compris les frais de déplacement, liés à la préparation de sa proposition, à sa participation à la DDPN, aux éventuelles présentations ou démonstrations connexes et à la négociation du contrat qui pourrait s'ensuivre; la CCT ne lui remboursera aucun de ces coûts, sauf indication contraire. Le soumissionnaire assume en outre tous les risques liés à ces coûts. En participant à la présente DDPN, le soumissionnaire convient de décharger la CCT de toute responsabilité relative à ces risques.

#### **H.9 Langue**

Le soumissionnaire peut déposer sa proposition en français ou en anglais. Le présent processus de DDPN se déroulera uniquement en anglais et le contrat qui en découlera sera rédigé en anglais.

#### **H.10 Négociations**

La CCT se réserve le droit de négocier la portée et les modalités du contrat avec le ou les soumissionnaires ayant obtenu les meilleurs résultats, ci-après appelés le ou les « soumissionnaires privilégiés », dont elle estime que l'expertise, l'expérience, la vision et la réputation serviront au mieux les intérêts de la CCT. Les soumissionnaires ne doivent pas présupposer que le contrat sera attribué au moins-disant.

La CCT entamera des discussions et des négociations avec le ou les soumissionnaires privilégiés afin de convenir des modalités définitives de l'accord. Pendant les négociations, la CCT pourrait demander des renseignements supplémentaires au soumissionnaire pour vérifier, éclaircir ou compléter les renseignements fournis dans la proposition ou pour confirmer les conclusions tirées lors de l'évaluation. Elle pourrait aussi demander au soumissionnaire d'offrir un meilleur prix.

Négociations parallèles – Le ou les soumissionnaires privilégiés, établis au terme de l'évaluation, seront invités à entamer des négociations avec la CCT en vue d'un contrat. C'est pendant la période prévue de négociations parallèles que la CCT entend mener lesdites négociations.

À tout moment pendant la période de négociations parallèles, la CCT peut choisir de mettre fin unilatéralement aux négociations. La sélection finale d'un ou de plusieurs soumissionnaires

privilégiés sera déterminée une fois que la CCT aura reçu les meilleures offres définitives. La sélection finale sera fondée sur le meilleur rapport qualité-prix pour la CCT. Il n'existera aucune relation juridiquement contraignante entre la CCT et un soumissionnaire avant la conclusion d'un accord écrit.

#### **H.11 Attribution du contrat**

Si la présente DDPN aboutit à la négociation et à l'attribution d'un contrat, ce contrat :

- i. devra être négocié durant la période de négociation du contrat;
- ii. pourra comprendre, entre autres, les conditions générales du contrat énoncées à l'annexe 5;
- iii. prendra effet dès sa signature par les représentants dûment autorisés de la CCT et du soumissionnaire retenu.

#### **H.12 Compte rendu**

La CCT, à son entière discrétion, ne fournira un compte rendu qu'aux soumissionnaires qui ont obtenu au moins la note de passage ou qui font partie du groupe de soumissionnaires présélectionnés, s'ils en font la demande. Toutes les demandes doivent être envoyées par écrit à l'autorité contractante de la CCT dans les trente (30) jours suivant l'avis d'attribution. La séance de compte rendu a pour but d'aider le soumissionnaire à améliorer son offre pour d'éventuelles demandes à venir et ne vise pas à lui offrir l'occasion de contester le processus d'approvisionnement.

#### **H.13 Faits importants**

On entend par « fait important » toute circonstance ou relation qui pourrait entraîner un avantage injuste, par exemple le fait : d'avoir une association quelconque ou un lien de parenté avec un employé de la CCT ou un membre de son conseil d'administration; d'avoir accès à des renseignements non accessibles aux autres soumissionnaires; de communiquer au sujet de la DDPN avec toute personne non autorisée; d'agir de manière à nuire à la capacité d'un autre soumissionnaire de présenter une proposition pour les biens et services concernés; d'offrir un cadeau ou un avantage à un employé de la CCT ou à un membre de son conseil d'administration; ou de se conduire d'une manière qui nuit à l'intégrité du processus de DDPN ou qui peut en donner l'impression (tous des « faits importants »).

La CCT se réserve le droit de tenir compte de tout fait important (tel que défini ci-dessus) déclaré dans une proposition ou autrement et de rejeter une proposition si elle juge qu'un fait important donne lieu à un conflit d'intérêts qui entraînerait un avantage injuste ou qui nuirait à l'intégrité du processus de DDPN.

#### **H.14 Interdiction de promouvoir son intérêt**

Le soumissionnaire doit se garder de formuler des commentaires en public, de répondre à des questions dans une tribune publique ou encore de mener des activités visant à promouvoir ou à annoncer publiquement son intérêt à l'égard du présent projet.

#### **H.15 Confidentialité**

La CCT reconnaît la nature confidentielle de l'information pouvant être fournie en réponse à la présente DDPN. Le soumissionnaire doit indiquer clairement les parties de sa proposition qui contiennent de l'information confidentielle. La CCT n'utilisera ni ne divulguera cette information confidentielle, sauf aux fins de l'évaluation des propositions dans le cadre de la présente DDPN ou si une loi l'exige, notamment (mais sans s'y limiter) la *Loi sur l'accès à l'information* et la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Le soumissionnaire doit garder confidentiels tous les renseignements reçus de la CCT et tous les renseignements rassemblés pour cette dernière dans le cadre du présent processus. Il ne doit pas utiliser l'information confidentielle de la CCT à d'autres fins que la rédaction et la présentation de sa proposition en réponse à la présente DDPN.

Sauf si une loi l'exige, la CCT s'engage à ne pas dévoiler l'identité des soumissionnaires ni révéler d'aucune manière que ce soit les modalités financières ou les renseignements de fond inclus dans les propositions. Au terme du processus, seul le nom du soumissionnaire retenu (l'« entrepreneur ») sera révélé une fois qu'un accord aura été conclu entre les parties contractantes.

#### **H.16 Publicité**

Le soumissionnaire ne doit pas faire référence, ni expressément ni implicitement, à la CCT ou à la présente DDPN dans ses documents publics ou publicitaires, sauf sur autorisation écrite préalable de l'autorité contractante.

#### **H.17 Aucune collusion**

En présentant une offre, le soumissionnaire certifie que sa proposition a été préparée hors de toute collusion ou fraude et en concurrence équitable avec les propositions des autres soumissionnaires.

#### **H.18 Législation**

Le présent processus de DDPN et tout accord subséquent seront régis conformément aux lois en vigueur dans la province de la Colombie-Britannique, et tout différend en découlant, le cas échéant, sera soumis à la compétence des tribunaux de cette province ainsi qu'aux lois fédérales applicables.

#### **H.19 Indemnités**

Le soumissionnaire est responsable de toute réclamation, toute perte ou tout dommage qui pourraient découler d'erreurs, d'omissions ou de négligence de sa part ou de celle de ses employés ou mandataires associés au présent processus de DDPN et sera tenu d'indemniser la CCT de tous les frais encourus en tel cas.

#### **H.20 Droits de la Commission canadienne du tourisme**

Par ailleurs, la CCT se réserve le droit, à sa seule et entière discrétion :

H.20.1 d'accepter toute proposition en entier ou en partie, sauf les propositions qui ne satisfont pas aux critères impératifs, sans négociation préalable et qu'elle soit ou non la moins-disante;

H20.2 de rejeter, en totalité ou en partie, toute proposition :

- i. incomplète, obscure, irrégulière ou irréaliste;
- ii. ne répondant pas à l'objectif de la présente DDPN;
- iii. à laquelle il manque tout renseignement obligatoire;
- iv. non conforme à l'une ou l'autre des exigences de la présente demande;

H.20.3 de n'accepter aucune dérogation aux conditions énoncées;

H.20.4 de mettre un terme au processus ou de publier à nouveau la présente DDPN à tout moment;

H.20.5 de communiquer avec les soumissionnaires pour obtenir des précisions ou vérifier une partie ou l'ensemble des renseignements à n'importe quel moment au cours du présent processus de DDPN;

H.20.6 de communiquer avec les personnes données comme références;

H.20.7 d'entamer des négociations avec tout soumissionnaire ayant présenté une proposition admissible, dans le but de parvenir à un accord à la satisfaction de la CCT;

H.20.8 d'intégrer au contrat découlant du présent processus l'ensemble ou une partie de l'énoncé de travail, de la DDPN ou de la proposition retenue;

- H.20.9 d'attribuer un contrat pour tout ou partie des biens et services concernés, y compris de sélectionner plus d'un soumissionnaire et de conclure un contrat avec plus d'un d'entre eux pour répondre aux exigences de la présente DDPN;
- H.20.10 de ne conclure d'accord avec aucun des soumissionnaires ayant répondu à la présente DDPN.

## **SECTION I : LISTE DES ANNEXES**

---

<b>ANNEXE</b>	<b>TITRE DU DOCUMENT</b>
1	Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'attestation
2	Formulaire de déclaration des faits importants
3	Modifications
4	Déclaration des sous-traitants
5	Conditions générales du contrat
6	Nombre total d'heures de travail par année

---

## ANNEXE 1 – RENSEIGNEMENTS SUR LE SOUMISSIONNAIRE ET FORMULAIRE D'ATTESTATION

---

### 1) RENSEIGNEMENTS SUR LE SOUMISSIONNAIRE

- a) Renseignements sur l'entreprise – Aux seules fins d'identification et d'information, veuillez fournir les renseignements suivants à propos de votre entreprise :

Dénomination sociale et adresse complètes :	
Activité principale et nombre d'années en affaires :	
Nombre d'employés directs :	
Nature de l'entreprise (entreprise individuelle, société par actions, entreprise en nom collectif ou coentreprise) :	
Personne-ressource principale pour la DDPN (nom, poste, numéro de téléphone et courriel) :	

- b) Références – Veuillez nommer trois clients ayant des exigences semblables à celles décrites dans la présente DDPN et avec lesquels nous pourrions communiquer. Pour chaque client donné comme référence, indiquez le nom de l'organisation, les coordonnées de la personne-ressource (nom, titre, adresse, numéro de téléphone et adresse courriel) ainsi qu'une brève description des services fournis. Le soumissionnaire consent à ce que la CCT communique avec l'un ou l'autre de ces clients. Nous vous demandons de ne pas utiliser la CCT comme référence dans votre proposition.

#### Référence n° 1 :

Organisation cliente :	
Personne-ressource :	
Adresse municipale :	
N° de téléphone :	
Adresse courriel :	
Description des services :	

#### Référence n° 2 :

Organisation cliente :	
Personne-ressource :	
Adresse municipale :	
N° de téléphone :	

Adresse courriel :	
Description des services :	

**Référence n° 3 :**

Organisation cliente :	
Personne-ressource :	
Adresse municipale :	
N° de téléphone :	
Adresse courriel :	
Description des services :	

2) ATTESTATION DU SOUMISSIONNAIRE

Le soumissionnaire certifie que les renseignements fournis dans sa proposition sont exacts et déclare être un signataire dûment autorisé ayant la capacité de lier son entreprise aux dispositions contenues dans la présente. En apposant sa signature ci-après, le soumissionnaire reconnaît expressément avoir lu, compris et accepté les modalités de la présente DDPN.

Signé ce \_\_\_\_\_ jour de \_\_\_\_\_ 2015

Signature autorisée :

\_\_\_\_\_

Nom (en caractères d'imprimerie) :

\_\_\_\_\_

Titre ou poste :

\_\_\_\_\_

Nom de l'entreprise :

\_\_\_\_\_

Ville :

\_\_\_\_\_

Adresse :

\_\_\_\_\_

Numéro de téléphone :

Numéro de télécopieur :

\_\_\_\_\_

Adresse courriel :

\_\_\_\_\_

## **ANNEXE 2 – FORMULAIRE DE DÉCLARATION DES FAITS IMPORTANTS**

---

### FAITS IMPORTANTS :

Si le soumissionnaire a des faits importants à déclarer (tels que définis à la section H.13), la CCT exige qu'il les consigne et les soumette avec sa proposition, en pièce jointe.

Cochez UNE case :

- Non, nous n'avons aucun fait important à déclarer.
  
- Oui, nous avons au moins un fait important à déclarer; voir la déclaration ci-jointe.

### **ANNEXE 3 – MODIFICATIONS**

---

Le cas échéant, veuillez confirmer avoir lu les documents relatifs aux modifications apportées à la présente DDPN et tenu compte de ces modifications dans votre proposition. Veuillez énumérer les modifications incluses dans votre proposition, s'il y a lieu.

N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		
N° de la modification :	Date :	Nombre de pages :
<hr/>		

## **ANNEXE 4 – DÉCLARATION DES SOUS-TRAITANTS**

---

- Les biens et services décrits dans la présente proposition seront fournis exclusivement par l'entreprise nommée à l'annexe 1 – Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'acceptation.
- Nous ferons appel à des sous-traitants pour fournir les biens ou services décrits dans la présente proposition.

Voici les entreprises qui seront engagées en sous-traitance pour contribuer à la prestation des services proposés :

Nom :

Personne-ressource :

Titre :

Numéro de téléphone :

Numéro de télécopieur :

Adresse courriel :

Adresse :

Ville :

Province :

Code postal :

Description des services fournis par cette entreprise :

Proportion des services fournis par le sous-traitant : \_\_\_\_ %

## **ANNEXE 5 – CONDITIONS GÉNÉRALES DU CONTRAT**

---

Les conditions générales suivantes pourraient être inscrites dans tout contrat conclu avec la CCT par suite de la présente DDPN. La formulation précise de chacune de ces clauses fera l'objet de négociations entre les parties.

1. Le contrat est non exclusif;
2. Le contrat restera en vigueur selon la durée précisée dans la DDPN;
3. L'entrepreneur doit désigner le personnel clé chargé du dossier de la CCT et ne peut le remplacer sans l'approbation de celle-ci;
4. L'entrepreneur doit s'engager à affecter au dossier de la CCT un certain nombre d'équivalents temps plein par mois ou par année, s'il y a lieu;
5. Des niveaux de service doivent être attribués aux tâches normales (p. ex. calendrier fixé pour les différentes étapes allant de la planification au lancement d'une campagne);
6. Toute la propriété intellectuelle créée par l'entrepreneur appartiendra à la CCT. L'entrepreneur doit certifier que ladite propriété intellectuelle est dégrevée et conforme à toutes les lois applicables;
7. L'entrepreneur doit prendre les mesures requises pour que toutes les campagnes et autres activités menées au nom de la CCT dans le marché de l'entrepreneur demeurent conformes aux lois applicables;
8. L'entrepreneur et ses sous-traitants doivent indemniser la CCT en cas de violation de contrat, et particulièrement en cas de réclamations relatives à la violation de la vie privée, de réclamations de tiers en matière de propriété intellectuelle ou en cas de non-respect de la loi, entre autres;
9. L'entrepreneur doit avoir et maintenir en vigueur une assurance adéquate;
10. La CCT versera les sommes dues après la réalisation des travaux;
11. L'entrepreneur doit réclamer à la CCT les dépenses engagées, y compris celles pour les placements médias, sans aucune majoration;
12. Le contrat doit comprendre des clauses de confidentialité;
13. La CCT se réserve le droit de mettre fin au contrat à sa convenance, sur préavis écrit de 60 jours, moyennant le paiement de tous les travaux réalisés ou faisant l'objet d'un engagement à la date de résolution. Si la CCT met fin au contrat ou annule un ordre de travail particulier pour cause de violation de contrat, elle n'a aucune obligation de rémunérer le travail réalisé;
14. L'entrepreneur doit obtenir l'autorisation de la CCT avant de donner tout ou partie des travaux en sous-traitance ou de céder le contrat;
15. Le contrat est régi par les lois de la Colombie-Britannique;
16. En cas de différend, une intervention de la haute direction sera sollicitée, suivie d'un arbitrage exécutoire à Vancouver, en Colombie-Britannique, conformément aux règles du British Columbia International Commercial Arbitration Centre.

## ANNEXE 6 : NOMBRE TOTAL D'HEURES DE TRAVAIL PAR ANNÉE

---

Veillez indiquer le niveau de participation de chaque employé à l'énoncé de travail décrit à la section C, au cours d'une année.

Nom	Poste	Nombre estimatif d'heures par année	% d'ETP
p. ex. Jane Doe	PDG	100	5,39 %
p. ex. Jill Doe	Gestionnaire	1 855	100 %
1)			
2)			
		<b>Nombre total d'heures consacrées à la CCT :</b>	

**\*\*% d'ETP** : valeur estimative de la participation de chaque personne aux travaux réalisés pour la CCT au cours d'une année. Par exemple, si l'employé moyen consacre 1 855 heures par année (1 équivalent temps plein) à la CCT et que la PDG s'attend à lui consacrer environ 100 heures durant l'année, le pourcentage d'ETP de cette dernière équivaut à  $100/1\ 855 = 5,39\ %$ .