



Vendredi 4 mars 2016

DC-2016-MM-01

**DDPN « Mesure de l'incidence des investissements en marketing touristique dans les canaux numériques »**

**ADDENDA N° 3**

**Questions de clarification**

\*\*\*\*\*

Veillez vous reporter au document de Demande de propositions avec négociations (DDPN) ci-dessus et prendre connaissance des changements et renseignements suivants.

---

**Question n° 1 :** À la lecture de la DDPN, nous ne sommes pas sûrs de comprendre si de la recherche originale entre dans la portée du projet ou si seulement de la recherche documentaire doit être utilisée pour produire les éléments livrables A à D de la section C.5.

**Réponse :** *Nous attendons, dans le cadre de ce projet, de la recherche originale et de la recherche documentaire. Pour atteindre les objectifs décrits à la section C.2.1., la section C.5.A indique que fait partie de la portée du projet « Un sondage auprès des principaux OMD canadiens, ainsi que de quelques grands OMD des États américains et de quelques autres homologues étrangers, à propos de leurs approches de compte rendu et de mesure de l'incidence du marketing et du RCI, et des publics qu'ils considèrent comme critiques pour recevoir cette information. »*

**Question n° 2 :** Bien que l'élément livrable D « Étude de cas » semble exiger qu'une étude soit effectivement menée au cours de ce projet, l'utilisation des mots « ou planifiée » peut être interprétée comme signifiant qu'un plan détaillé de l'étude à effectuer ultérieurement serait aussi accepté, étant entendu que cette étude portera précisément sur une initiative de marketing menée par des organismes de destination à l'échelle nationale, provinciale ou territoriale.

**Réponse :** *Oui, c'est exact.*

**Question n° 3 :** Peut-on présumer que, dans les cas où la collaboration de l'OMD national, des OMP ou des OMT sera nécessaire pour réaliser le projet (à savoir, pour mener le sondage sur les pratiques actuelles prévu à la section C.5 « Éléments livrables » A., d'une part,



**et pour réaliser l'étude de cas prévue à la section C.5 « Éléments livrables » D., d'autre part), le soumissionnaire retenu pourra, sous réserve d'approbation par la CCT, communiquer avec ces organismes?**

**Réponse :** *Oui.*

**Question n° 4 :** **Pour ce qui est des annexes qui doivent être jointes à notre proposition, souhaitez-vous que nous imprimions ces documents en format PDF et que nous les signions avant de vous les envoyer comme s'il s'agissait d'exemplaires papier ou peut-on simplement vous envoyer d'autres formulaires (similaires aux vôtres) avec le reste des documents électroniques de notre proposition?**

**Réponse :** *Veillez imprimer nos documents et les signer avant de nous les envoyer en format PDF.*

**Question n° 5 :** **Pourrait-on résumer brièvement, de manière non exhaustive, ce qui est demandé dans les parties C.2 « Objet et objectifs » et C.5 « Éléments livrables » par les catégories d'éléments suivantes :**

**a) Leçons à tirer des pratiques exemplaires de l'industrie, des analyses de contexte et de la documentation qui pourraient éventuellement éclairer la deuxième phase.**

**Réponse :** *Les orientations et les recommandations mentionnées dans le paragraphe C.2.2 seront utilisées pour éclairer la deuxième phase indépendante du projet. Cette phase consistera à réaliser une série d'ateliers structurés rassemblant des praticiens canadiens pour une concertation en vue d'élaborer un cadre commun servant à mesurer l'efficacité des activités de marketing dans les canaux conventionnels et numériques, en prenant en compte l'interaction entre ces canaux et les partenaires d'investissement.*

**b) Pratiques exemplaires en matière d'analyse et de mesure, outils de mesure et indicateurs clés de rendement (ICR) recommandés, mise en œuvre, production de comptes rendus.**

**Réponse :** *Les soumissionnaires doivent traiter, dans leur proposition, de ces deux catégories d'éléments. Les éléments décrits dans la partie C.5.B seront particulièrement utiles pour éclairer les discussions ultérieures. Cela dit, un soumissionnaire peut décider de s'associer à une autre entreprise si cela lui permet de couvrir tous les éléments de la proposition.*

**c) Est-ce correct de dire que la première phase consiste en un projet et que la deuxième phase consistera peut-être en une activité continue?**

**Réponse :** *Les résultats de la première phase contribueront à l'orientation de la deuxième phase. Nous n'avons pas encore arrêté le rôle du soumissionnaire retenu dans l'activité continue.*



**Question n° 6 : Destination Canada envisagerait-elle d'attribuer chaque partie du projet à une entreprise différente?**

**Réponse :** *Destination Canada n'entend pas morceler cette DDPN. Nous n'avons d'ailleurs pas indiqué ni même suggéré dans notre document d'approvisionnement que cette option pourrait être envisagée pour cette DDPN. Tout ce que nous pourrions vous suggérer, c'est de vous associer à une autre entreprise pour fournir une proposition complète si votre domaine d'expertise ne couvre qu'une partie des exigences de la DDPN, mais cela demande évidemment du travail de votre part.*

**Fin de l'ADDENDA N° 3  
concernant la demande de propositions avec négociations DC-2016-MM-01  
« Mesure de l'incidence des investissements en marketing touristique dans les canaux numériques »**