



Commission canadienne
du tourisme

Canadian Tourism
Commission

Demande de propositions avec négociations

Titre du concours :	Enquête Veille touristique mondiale
Numéro du concours :	DC-2016-MM-05 DDPN Enquête Veille touristique mondiale
Date et heure limites :	Vendredi 20 mai 2016 à 14 h, heure du Pacifique (HP)
Autorité contractante :	Michael Miszczak Conseiller, Approvisionnement 604-638-8336 procurement@destinationcanada.com

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 et exerce ses activités sous le nom de Destination Canada (DC). À titre de société d'État fédérale, elle soutient l'industrie canadienne du tourisme en faisant la promotion du Canada en tant que destination touristique quatre saisons de premier choix et soutient l'économie du pays en générant des recettes d'exportation du tourisme.

En collaboration et en partenariat avec le secteur privé et les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires, elle travaille avec le secteur touristique pour maintenir la compétitivité de celui-ci 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 12 marchés géographiques cibles : le Brésil, la Chine, l'Inde, le Japon, le Mexique, la Corée du Sud, l'Australie, la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, les États-Unis et le Canada.

Pour de plus amples renseignements, consultez le site <http://www.destinationcanada.com>.

A.1 Objet et intention

L'objectif de cette demande de propositions avec négociations (« DDPN ») est de solliciter des propositions de la part de fournisseurs qualifiés pour des services d'études quantitatives en relation avec l'enquête Veille touristique mondiale (« VTM »). 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 négocier avec le ou les soumissionnaires retenus un contrat d'une durée 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 deux (2) 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 de la CCT 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) 70 %

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 70 % de la note finale seront ensuite évaluées selon, entre autres, la tarification proposée.

B.2.2 Tarification proposée (section F) 30 %

TOTAL 100 %

B.2.4 Négociations

La CCT compte mener des négociations parallèles, conformément à la section H.10 – Négociations, avec un certain nombre de soumissionnaires 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 vendredi 20 mai 2016 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 Questions

Les soumissionnaires ont jusqu'au **mercredi 11 mai 2016 à 14 h (HP)** pour poser, par courriel, des questions à l'autorité contractante. 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.3.3 Déclarations d'intention

Les soumissionnaires doivent annoncer leur intention de soumettre une proposition (« déclaration d'intention ») en envoyant un courriel à l'autorité contractante d'ici le **vendredi 13 mai 2016 à 14 h (HP)**. À la réception du courriel de déclaration d'intention du soumissionnaire, la CCT lui enverra la version actuelle du questionnaire. Le questionnaire doit être examiné et révisé comme on le demande à la [question E.2.9](#) de la SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES SOUHAITÉS. Il s'agit d'une exigence obligatoire, comme il est qu'indiqué au paragraphe D.1.1 de la SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS.

B.3.4 Instructions

Envoyez votre soumission, votre déclaration d'intention et vos questions par courriel à procurement@destinationcanada.com en indiquant à la ligne d'objet du courriel la référence « **NRFP DC-2016-MM-05 DDPN Enquête Veille touristique mondiale – CONFIDENTIEL** ». Les informations suivantes doivent également figurer 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 veiller à décrire de façon claire et détaillée leur capacité à répondre aux exigences énoncées dans cette DDPN. Ils doivent avant tout s'assurer que leur proposition est complète, que le contenu est clair et que les éléments correspondent aux 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'organisme. 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 Contexte

À titre d'organisme national de marketing touristique, la CCT fait la promotion du Canada en tant que destination de choix et apporte son soutien au secteur touristique canadien. En tant que société d'État du gouvernement du Canada, elle a pour mandat de travailler avec l'industrie canadienne du tourisme et les gouvernements des provinces et des territoires pour faire la promotion du Canada en tant que destination touristique de premier plan, augmenter les recettes d'exportation du tourisme pour le pays, accroître les recettes fiscales, contribuer à la création d'emplois et améliorer la compétitivité du secteur canadien du voyage et du tourisme à l'international.

À cette fin, la CCT fait la promotion des expériences extraordinaires du Canada dans 12 marchés cibles : l'Allemagne, l'Australie, le Brésil, la Chine, la Corée du Sud, les États-Unis, la France, l'Inde, le Japon, le Mexique, le Royaume-Uni et le Canada.

La CCT, en collaboration avec un groupe de partenaires, mène un programme d'enquêtes quantitatives normalisées, la Veille touristique mondiale (VTM), depuis 2007. L'objectif de la VTM est de surveiller la marque Canada, de faire le suivi des tendances de sa notoriété auprès des consommateurs, de leurs perceptions et de leurs attentes à l'endroit de la marque, ainsi que de recueillir des renseignements sur le marché pour aider la CCT à orienter ses activités de marketing. Le lancement du présent projet international d'études est prévu pour juin 2016.

C.2 Aperçu

En 2007, la CCT a adopté une nouvelle image de marque afin de stimuler l'imagination des voyageurs du monde entier et de les inviter à créer leurs propres expériences extraordinaires au Canada. En parallèle, elle a aussi lancé son programme d'études, indispensable pour suivre les réactions à la nouvelle marque et pour savoir quel écho cette dernière trouvait auprès des consommateurs dès son introduction, puis année après année, dans les marchés cibles.

Les recherches primaires auprès des consommateurs menées dans le cadre de la VTM fournissent des indicateurs clés sur les perceptions des consommateurs qui, combinés à d'autres mesures, aident la CCT à progresser dans son objectif d'augmenter les recettes d'exportation du tourisme.

Les études quantitatives normalisées sont essentielles à la collecte cohérente de renseignements pertinents dans tous les marchés cibles. Ces études, les VTM :

- aident la CCT à surveiller les tendances du marché et à suivre les changements d'attitude des consommateurs d'année en année, pour mieux orienter ses activités de marketing;
- fournissent des renseignements stratégiques permettant à la CCT de développer des relations personnalisées avec les consommateurs, les résultats des recherches apportant des informations cruciales sur les consommateurs : qui ils sont, à quel type de Quotient explorateur^{MD} (QE)¹ ils appartiennent (esprits libres, explorateurs culturels, adeptes d'expériences authentiques, etc.) et quelles sont leurs préférences de voyage;
- révèlent année après année des possibilités et des défis à relever dans les marchés cibles qui aident à orienter encore plus finement les stratégies de marketing de la CCT et de ses partenaires.

¹ Voir l'annexe 6 – GLOSSAIRE Quotient explorateur^{MD} (QE)

C.3 Objectifs

Voici quelques-uns des objectifs de l'enquête :

- Faire un suivi annuel des indicateurs clés de rendement (ICR) du Canada et des destinations concurrentes, notamment :
 - la notoriété (assistée et spontanée);
 - la considération et l'intérêt assistés;
 - la recommandation assistée;
 - le cheminement vers l'achat² (assisté).
- Utiliser le Quotient explorateur^{MD} (QE) pour segmenter les répondants dans les marchés pour lesquels le QE est utilisé.
- Découvrir et quantifier les perceptions de l'image du Canada en tant que destination touristique;
 - surveiller et comprendre l'évolution des perceptions du Canada;
 - surveiller les arguments de vente et les produits distinctifs.
- Déterminer les facteurs qui motivent les voyages au Canada et ceux qui leur font obstacle;
 - mesurer l'importance relative de ces facteurs.
- Faire un suivi des sources de motivation et d'incitation au voyage.
- Faire un suivi des intentions de voyage – probabilité de visiter le Canada et les destinations concurrentes;
 - y compris certaines destinations particulières à l'intérieur du Canada.
- Comprendre l'historique des voyages au Canada;
 - fréquence des visites, destinations visitées, connexion avec des itinéraires aux États-Unis.
- Explorer des questions axées sur l'actualité ou d'ordre régional dans chaque marché.

**Une partie ou la totalité de ces points peuvent faire l'objet de recherches annuelles dans les marchés, selon les besoins de la CCT et de ses partenaires.*

C.4 Portée des travaux

Marchés actuels de la VTM

Canada, Allemagne, Australie, Brésil, Chine, Corée du Sud, États-Unis, France, Inde, Japon, Mexique et Royaume-Uni.

Remarque : en cours de contrat, des marchés supplémentaires pourraient être visés. La CCT se réserve le droit de rouvrir les négociations et de modifier le contrat si de nouveaux marchés devaient s'ajouter.

Critères de sélection

L'échantillon porte sur les voyageurs d'agrément (voyages de vacances ou de congé, visites à des amis ou à de la famille [VAF], combinaison d'affaires et de loisirs) des marchés cibles, qui sont définis comme suit :

¹ Voir annexe 6 – GLOSSAIRE Quotient explorateur^{MD} (QE)

² Voir annexe 6 – GLOSSAIRE Cheminement vers l'achat

- Les voyageurs de 18 ans et plus;
- Dans les pays étrangers autres que les États-Unis : voyageurs ayant fait un voyage d'agrément long-courrier de quatre nuits ou plus, dont un minimum d'une nuitée dans un établissement d'hébergement payant. Aux fins de l'échantillon, la définition de long-courrier est la suivante dans les marchés cibles actuels :
 - Allemagne, France, Royaume-Uni – voyages hors de l'Europe, de l'Afrique du Nord et des pays méditerranéens;
 - Mexique – voyages hors de l'Amérique centrale et des Caraïbes;
 - Chine, Corée du Sud, Japon – voyages hors de la Corée, de la Chine et du Japon;
 - Australie – voyages hors de l'Océanie;
 - Brésil – voyages hors de l'Amérique du Sud;
 - Inde – voyages hors de l'Asie du Sud (y compris le Bangladesh, le Pakistan, le Sri Lanka et les autres îles de l'océan Indien) et du Moyen-Orient;
- Aux États-Unis : détenteurs de passeport ayant fait un voyage d'agrément d'une nuit ou plus hors de leur État de résidence au cours des trois dernières années, avec un minimum d'une nuitée dans un établissement d'hébergement payant;
- Au Canada : voyageurs ayant fait un voyage d'agrément d'une nuit ou plus hors de leur province de résidence au cours des trois dernières années, avec un minimum d'une nuitée dans un établissement d'hébergement payant;
- Sont comprises dans l'échantillon les personnes qui ont fait un voyage au Canada ou dans d'autres pays au cours des trois dernières années, ainsi que celles qui n'ont pas fait de voyage depuis trois ans, mais qui prévoient un voyage long-courrier (ou un voyage hors de leur État ou province pour les voyageurs des États-Unis et du Canada) dans un horizon de deux ans.

Taille de l'échantillon

- Canada, n = 3 000 (fréquence 23 %)
 - Colombie-Britannique (n = 667)
 - Alberta (n = 667)
 - Manitoba et Saskatchewan (n = 667)
 - Ontario (n = 667)
 - Québec (n = 667)
 - Francophones, 80 % (n = 534)
 - Anglophones, 20 % (n = 133)
 - Atlantique, (n = 667)
 - Francophones, 10 % (n = 67)
 - Anglophones, 90 % (n = 600)
- États-Unis, n = 3 000 (fréquence 45 %)
 - États frontaliers, n = 1 000
 - États quasi frontaliers, n = 1 000
 - États du Sud, n = 1 000
- France, n = 1 500 (fréquence 20 %)
- Allemagne, n = 1 500 (fréquence 15 %)
- Royaume-Uni, n = 1 500 (fréquence 18 %)
- Mexique, n = 1 500 (fréquence 32 %)
- Chine, n = 2 200 (fréquence 50 %)
- Japon, n = 1 500 (fréquence 7 %)
- Corée du Sud, n = 1 500 (fréquence 41 %)
- Australie, n = 1 500 (fréquence 24 %)
- Brésil, n = 1 500 (fréquence 29 %)
- Inde, n = 1 500 (fréquence 36 %)

Remarque : la fréquence est estimée sur la base de la moyenne des enquêtes de la VTM de 2012 à 2015; celle des États-Unis est estimée selon une nouvelle définition de l'échantillon.

- Les soumissionnaires doivent indiquer la taille de l'échantillon qu'ils proposent (si elle diffère de celle ci-dessus) ainsi que les coûts associés.
- États frontaliers des États-Unis
 - Idaho, Maine, Michigan, Minnesota, Montana, New Hampshire, New York, Dakota du Nord, Vermont, Washington
- États quasi frontaliers des États-Unis
 - Connecticut, Delaware, District de Columbia, Illinois, Indiana, Iowa, Maryland, Massachusetts, New Jersey, Ohio, Oregon, Pennsylvanie, Rhode Island, Dakota du Sud, Wisconsin, Wyoming
- États du Sud des États-Unis
 - Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, Californie, Colorado, Floride, Géorgie, Hawaï, Kansas, Kentucky, Louisiane, Mississippi, Missouri, Nebraska, Nevada, Nouveau-Mexique, Caroline du Nord, Oklahoma, Caroline du Sud, Tennessee, Texas, Utah, Virginie, Virginie-Occidentale
- En Chine, l'échantillon doit être circonscrit aux villes dans lesquelles le Canada est autorisé à promouvoir le Canada directement auprès des consommateurs en vertu de son statut de destination approuvée (SDA) – Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Chengdu, Shenyang, Hangzhou, Suzhou, Xian, Qingdao, Nanjing – et réparti à parts égales entre ces onze villes.
- Au Mexique, l'échantillon doit être circonscrit aux trois plus grandes villes dans lesquelles la plupart des voyageurs long-courriers habitent – Mexico, Guadalajara, Monterrey – et réparti à parts égales entre ces trois villes.
- En Inde, l'échantillon doit être circonscrit aux villes dans lesquelles la plupart des voyageurs long-courriers habitent – Mumbai, Delhi, Chennai, Kolkata, Hyderabad, Bangalore – et réparti à parts égales entre ces six villes.
- Au Brésil, l'échantillon doit être circonscrit aux villes dans lesquelles la plupart des voyageurs long-courriers habitent – Salvador, Brasilia/Distrito Federal, Recife, Fortaleza, São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Curitiba, Porto Alegre – et réparti à parts égales entre ces neuf villes.

Quotas de voyageurs ayant déjà visité le Canada

Il est obligatoire d'inclure un quota de voyageurs des marchés cibles ayant visité le Canada au cours des trois dernières années.

- États-Unis, États frontaliers, n = 450 (fréquence 22 %)
- États-Unis, États quasi frontaliers, n = 350 (fréquence 18 %)
- États-Unis, États du Sud, n = 250 (fréquence 10 %)
- France, n = 300 (fréquence 9 %)
- Allemagne, n = 300 (fréquence 6 %)
- Royaume-Uni, n = 300 (fréquence 10 %)
- Mexique, n = 200 (fréquence 10 %)
- Chine, n = 200 (fréquence 3 %)
- Japon, n = 200 (fréquence 6 %)
- Corée du Sud, n = 200 (fréquence 5 %)
- Australie, n = 200 (fréquence 6 %)
- Brésil, n = 200 (fréquence 1 %)
- Inde, n = 200 (fréquence 7 %)

Remarque : les fréquences estimées sont au sein même de l'échantillon cible.

Mesures intermédiaires

Les soumissionnaires doivent proposer des façons de suivre l'évolution des ICR entre les enquêtes de la VTM dans tous les marchés cibles. L'objectif de ces mesures intermédiaires est de fournir à la CCT un moyen d'évaluer le rendement et d'obtenir des renseignements pour éclairer ses décisions entre les enquêtes de la VTM. L'approche pourrait consister en de courtes enquêtes plus fréquentes ou d'autres solutions novatrices pour obtenir des mesures intermédiaires; l'approche proposée doit comporter un questionnaire de 10 minutes ou moins, un calendrier, la taille de l'échantillon, la méthodologie et le coût.

Pondération

Les données sont pondérées selon la population de voyageurs d'agrément. La CCT mène normalement des enquêtes omnibus dans chaque marché pour déterminer les coefficients de pondération; les plus récentes ont été effectuées en 2013 en Chine et en 2010 dans tous les autres marchés. Nos coefficients doivent être mis à jour pour refléter la population actuelle de voyageurs, tels qu'ils sont définis dans l'article « Critères de sélection » précédemment, par rapport à la population totale. La proposition doit inclure les coûts de mise à jour des coefficients dans tous les marchés; s'ils n'adoptent pas l'enquête omnibus, les soumissionnaires doivent suggérer d'autres méthodes.

Méthodologie

Un questionnaire doit être rempli par des répondants dans tous les marchés, de préférence en ligne.

- Les soumissionnaires doivent justifier leur choix de méthodologie pour chaque marché, proposer des solutions de remplacement, le cas échéant, et mentionner toute considération particulière relative aux coûts dans chaque marché.
- Dans le cas d'une méthodologie en ligne, il est préférable d'offrir aux répondants plusieurs options d'accès. Les soumissionnaires doivent détailler les options d'accès proposées aux répondants, par exemple l'emploi de technologies telles que la téléphonie mobile et les tablettes, ou d'autres moyens selon leur disponibilité dans chaque marché.

Source des échantillons

Jusqu'à présent, la CCT a surtout utilisé les panels de GMI; cependant, d'autres sources seront maintenant envisagées. La CCT serait favorable à un échantillonnage de sources variées, incluant les panels et d'autres sources.

- Les soumissionnaires doivent décrire des sources potentielles d'échantillons dans chaque marché, en incluant les panels et les autres sources.
 - Pour les autres sources (p. ex. échantillon Web intercepté ou autres ressources exclusives), les soumissionnaires doivent décrire les avantages et les inconvénients de leur utilisation et donner une évaluation de leur efficacité.
- Les soumissionnaires doivent aussi montrer qu'ils ont la capacité de garantir la continuité des sources d'échantillons durant toute la période du contrat.

Questionnaire

Les soumissionnaires doivent donner trois (3) suggestions pour améliorer le questionnaire actuel. (Le questionnaire leur sera fourni lorsqu'ils auront rempli les critères obligatoires énoncés au paragraphe D.1.1 de la SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS. Le questionnaire sera envoyé en version anglaise; si un soumissionnaire souhaite le recevoir en version française, il doit l'indiquer dans son courriel de déclaration d'intention.)

- La CCT souhaite réduire la longueur du questionnaire, mais garder une série de questions de base relatives à la marque Canada et importantes pour le suivi annuel et l'orientation des stratégies de marketing.
 - Les mesures qui varient lentement pourraient faire partie d'un module ajouté une année sur deux aux questions de base.
 - Les mesures qui ne servent pas directement à la surveillance de la marque pourraient être retirées.

- Signalons que, pour le marché des États-Unis, le questionnaire sera modifié afin de porter sur la concurrence intérieure plutôt que sur les concurrents étrangers, comme il le fait maintenant.
- Les soumissionnaires sont responsables de la traduction du questionnaire pour tous les marchés.
- Les soumissionnaires doivent indiquer le coût pour d'une version de 15 minutes, de 20 minutes et de 25 minutes du questionnaire.

Analyse

Les soumissionnaires doivent décrire leur approche de l'analyse des résultats.

- Si possible, la CCT aimerait recevoir des analyses fondées sur les tendances dans une perspective longitudinale.
- La CCT souhaite également voir la position du Canada dans chaque marché et par rapport au marché des voyages d'agrément dans son ensemble, c'est-à-dire avoir un regard global sur les tendances d'ensemble des marchés de DC aussi bien qu'un regard particulier sur les tendances au sein de chaque marché.
- Les soumissionnaires doivent faire valoir les compétences statistiques qui les aideront à repérer les indicateurs pertinents dans les données qui pourront orienter la prise de décision.

Innovation et valeur ajoutée

La CCT prendra en considération la valeur ajoutée et l'innovation dans les méthodologies et les approches, les liens avec des modèles et des sources de données externes, etc., qui profiteraient aussi bien à l'analyse globale qu'aux objectifs généraux de la VTM. Veuillez noter qu'il ne s'agit pas d'une exigence pour votre proposition.

Calendrier du travail sur le terrain

Le travail sur le terrain doit commencer en juin 2016 et suivre un calendrier qui se répétera les années suivantes.

C.5 Éléments livrables

Le soumissionnaire sélectionné devra livrer annuellement à la CCT, pour chaque marché, les éléments suivants :

- le questionnaire en anglais et sa traduction dans chaque langue des marchés;
- un programme d'échantillonnage complet, y compris une liste d'éventuels fournisseurs de panels;
- des liens d'essai pour vérification;
- un lien de rapport pour les mises à jour sur le travail sur le terrain et les résultats non pondérés;
- des résultats bruts (en anglais, en format Word et/ou PowerPoint);
- un rapport provisoire (en anglais, en format Word);
- un rapport final (en anglais, en format Word);
- une présentation des points saillants et des variations annuelles (en anglais, en format PowerPoint);
- un sommaire global : résumé des tendances, des problèmes et des considérations couvrant plusieurs pays ou régions;
- un fichier de données en format SPSS (fusionné pour combiner les données de toutes les années d'enquête dans chaque marché);
- des tableaux de données (en format Excel).

C.6 Calendrier

Voici les étapes charnières annuelles :

- lancement du projet;
- questionnaire finalisé et approuvé;
- préparation pour le travail sur le terrain (traduction du questionnaire, programmation, essais);
- travail sur le terrain – début prévu en juin 2016;
- résultats bruts trois semaines après la fin du travail sur le terrain dans chaque marché;
- rapport provisoire trois semaines après réception des résultats bruts pour chaque marché;
- sommaire complet du projet et rapport final trois semaines après réception des commentaires de la CCT;
- le sommaire du projet doit comprendre des considérations stratégiques pour la CCT, accompagnées d'interprétations analytiques des résultats, soutenues par des tableaux et des graphiques.

SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS

Les critères impératifs doivent être entièrement satisfaits pour que le reste de la proposition soit évalué.

D.1 Critères impératifs

D.1.1 Le soumissionnaire doit déclarer son intention de soumettre une proposition en envoyant un courriel à cet effet à l'autorité contractante comme il est qu'indiqué à la première page de la présente DDPN, au plus tard **le vendredi 13 mai 2016 à 14 h (HP)** afin de recevoir un exemplaire de la version actuelle du questionnaire. Ce questionnaire est nécessaire pour répondre à la question E.2.9 de la SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES SOUHAITÉS. Le questionnaire sera fourni en anglais. Veuillez indiquer si vous souhaitez le recevoir en français. Avez-vous satisfait à cette exigence?

Oui Non

D.1.2 Le soumissionnaire doit être une entreprise légalement constituée en société et être en activité depuis au moins cinq (5) ans. Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

D.1.3 Le soumissionnaire ou le consultant principal du soumissionnaire doit être un professionnel agréé en recherche marketing (PARM). Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

D.1.4 Le soumissionnaire doit avoir une expérience préalable en études primaires sur le secteur du tourisme dans un éventail de marchés, y compris une combinaison de marchés de l'Europe, de l'Asie-Pacifique et de l'Amérique du Nord. Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

D.1.5 Le soumissionnaire doit avoir la capacité avérée de fournir des services dans les langues suivantes : anglais, français, allemand, espagnol, portugais, hindi, mandarin, japonais et coréen. Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

D.1.6 Le soumissionnaire doit fournir le curriculum vitæ de tous les professionnels nommés en rapport avec la DDPN, y compris des détails sur les études et le développement de carrière. 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. 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 Personnel et expérience

E.1.1 Veuillez fournir un aperçu et l'historique de votre entreprise, y compris :

- dénomination sociale du soumissionnaire;
- adresse;
- numéro de téléphone;
- numéro de télécopieur;
- adresse de courriel;
- adresse des bureaux et des succursales.

Un consortium composé de plus d'un soumissionnaire est admissible si les soumissionnaires peuvent fournir les coordonnées d'une seule personne-ressource aux fins de toutes les communications. Les soumissionnaires doivent présenter une bonne uniformité en matière de gestion de projet, de méthodologie, d'image, d'analyse, etc.

E.1.2 Veuillez identifier le personnel clé que votre entreprise a l'intention de mettre à contribution pour atteindre les objectifs de la CCT. Veuillez préciser le profil de chacune des personnes qui pourraient être affectées au compte de la CCT, en mentionnant les aspects pertinents de leurs aptitudes, de leur expérience et de leur formation, leurs titres de compétences, leurs domaines d'expertise et, s'il y a lieu, les prix ou témoignages de reconnaissance de l'industrie qui leur ont été décernés.

Veuillez aussi décrire ce que vous avez prévu pour faire en sorte de toujours fournir à la CCT un niveau de service équivalent à celui fourni par le personnel clé, au cas où des membres du personnel clé quitteraient votre organisation ou seraient affectés au compte d'autres clients.

E.1.3 Veuillez fournir le nom et décrire l'expérience du consultant principal et de son remplaçant – tous deux identifiés et décrits comme on le demande ci-dessus – qui agiraient comme agents de liaison du projet.

E.1.4 Veuillez fournir une description de trois (3) projets d'études quantitatives entrepris depuis 2011, de façon à démontrer que votre organisation a fourni des services similaires à ceux décrits à la section C – ÉNONCÉ DE TRAVAIL. Idéalement, la composition des équipes des projets de recherche décrits devrait être semblable à celle de l'équipe proposée. Les soumissionnaires veilleront autant que possible à ne mentionner chaque projet qu'une seule fois, puis à décrire les liens entre les personnes et les projets, afin de réduire la longueur du document de proposition.

Les soumissionnaires sont également invités à choisir les projets qu'ils décrivent avec soin. Plus ces projets sont pertinents par rapport à la présente demande de propositions, mieux ils seront notés. Les caractéristiques pertinentes sont, en ordre d'importance :

- a) études quantitatives menées dans un éventail de marchés de l'Europe, de l'Asie et de l'Amérique du Nord;
- b) fonctions du personnel clé;
- c) pertinence de l'approche utilisée dans les projets précédents, au regard des besoins de la CCT.

La description de ces projets doit être claire et comporter les renseignements suivants :

- titre du projet;
- date (mois et année);
- nom du client et coordonnées;
- sujet visé par la recherche;
- méthodologie (portée, région géographique, taille de l'échantillon et méthode);
- membres de l'équipe (noms et tâches).

E.1.5 Veuillez fournir une description de l'entreprise locale engagée dans chaque marché aux fins du projet, y compris son expérience en études quantitatives ainsi que les noms et les tâches des employés clés qui ont participé au projet.

E.2 Approche et méthodologie

E.2.1 Veuillez démontrer que votre entreprise comprend bien les questions et les enjeux relatifs :

- à l'industrie du tourisme au Canada et dans le monde (p. ex. défis, possibilités et tendances);
- aux voyages internationaux et aux voyageurs des marchés cibles étrangers en général et vers le Canada;
- aux motivations de voyage et à l'influence des marques sur les perceptions aux différentes étapes du cheminement vers l'achat.

E.2.2 Veuillez démontrer votre compréhension des objectifs et de l'énoncé de travail.

E.2.3 Veuillez démontrer votre capacité à fournir des services dans la langue locale au sein de chaque marché. Remarque : en Inde, le travail sur le terrain sera mené en anglais.

E.2.4 Le soumissionnaire doit fournir une description détaillée de l'approche et de la méthodologie proposées, y compris la façon dont le projet sera géré.

a) Le soumissionnaire doit fournir des détails sur la sélection des échantillons. S'il propose une enquête en ligne (l'option privilégiée), le soumissionnaire doit donner des détails sur le panel en ligne qui serait utilisé et justifier le choix de l'enquête en ligne. S'il retient les entretiens en personne, le soumissionnaire doit donner des détails sur la façon de sélectionner les répondants, le lieu des entrevues et le nombre de rappels (le cas échéant). S'il choisit des entrevues téléphoniques, le soumissionnaire doit mentionner le nombre de postes téléphoniques alloués, le calendrier, le nombre de rappels et les méthodes d'échantillonnage.

b) Pour l'échantillonnage en ligne :

- le soumissionnaire doit décrire toute technologie disponible pour augmenter les options d'accès (p. ex. téléphonie mobile, tablettes);
- le soumissionnaire doit aussi décrire le type de données ou de renseignements provenant des profils des répondants recueillis par le fournisseur du panel en ligne qui peuvent être annexés aux données fournies dans le cadre de l'enquête de la VTM;
- pour d'autres sources que les panels (p. ex. échantillons Web interceptés ou autres ressources exclusives), le soumissionnaire doit décrire les avantages et les inconvénients de leur utilisation et donner une évaluation de leur efficacité;

- le soumissionnaire doit décrire sa vision de l'échantillonnage en ligne sur cinq ans, en tenant compte des défis possibles et en décrivant la façon dont il relèvera les défis anticipés;
 - le soumissionnaire doit démontrer sa capacité de fournir des échantillons cohérents pendant toute la durée du contrat.
- c) Dans le cas d'entrevues en personne ou au téléphone : le soumissionnaire doit décrire la formation et la supervision des enquêteurs, la procédure de vérification des entrevues, la procédure de collecte et de codification des questions ouvertes, les méthodes prévues pour atténuer les biais dans les réponses et les autres mécanismes de contrôle de la qualité.
- E.2.6 Veuillez fournir les principaux détails du plan de gestion de projet que propose votre entreprise, notamment les échéances et les jalons.
- E.2.7 Veuillez indiquer les principales difficultés anticipées, ainsi que leurs possibles solutions, notamment en ce qui concerne le travail sur le terrain et l'analyse des résultats dans des marchés émergents tels que l'Inde, la Chine, le Brésil et d'autres pays dans lesquels le soumissionnaire aurait fait face à des difficultés.
- E.2.8 Veuillez fournir un aperçu de l'analyse proposée et défendre sa pertinence au regard des objectifs.
- E.2.9 Veuillez suggérer trois (3) principaux moyens d'améliorer le questionnaire actuel. Remarque : à la réception du courriel de déclaration d'intention du soumissionnaire, la CCT enverra au soumissionnaire la version actuelle du questionnaire, tel que décrit dans la SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS.
- E.2.10 Le soumissionnaire doit décrire clairement les tâches de chaque membre clé de l'équipe proposée pour le projet et, pour chacun d'eux, inclure le nombre d'heures allouées à chaque activité majeure. Cette description doit couvrir les domaines de la conception de l'enquête, du travail sur le terrain, de l'analyse et des rapports.

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 un soumissionnaire retenu.

F.1 Détails de la tarification proposée

Tous les prix doivent être indiqués en **dollars canadiens** (\$ CA) et les taxes applicables doivent figurer sur une ligne distincte.

A. Modèle de tableau des coûts de l'enquête VTM dans tous les marchés

Marché	Prix annuel			Prix total pour trois (3) ans		
	15 minutes	20 minutes	25 minutes	15 minutes	20 minutes	25 minutes
Canada (n = 3 000)						
États-Unis (n = 3 000)						
Royaume-Uni (n = 1 500)						
France (n = 1 500)						
Allemagne (n = 1 500)						
Chine (n = 1 500)						
Japon (n = 1 500)						
Corée du Sud (n = 1 500)						
Inde (n = 1 500)						
Australie (n = 1 500)						
Mexique (n = 1 500)						
Bésil (n = 1 500)						
Gestion de projet						
Analyse de données						
Production de rapports						
Taxes						
Coût total						

B. Modèle de tableau des coûts pour les mesures intermédiaires optionnelles dans tous les marchés avec un questionnaire de 10 minutes maximum

Marché	Prix par mesure intermédiaire	Prix pour deux (2) mesures intermédiaires (entre deux séries de VTM annuelles)
Canada		
États-Unis		
Royaume-Uni		
France		
Allemagne		
Chine		
Japon		
Corée du Sud		
Inde		
Australie		
Mexique		
Brésil		
Gestion de projet		
Analyse de données		
Production de rapports		
Taxes		
Coût total		

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 AUX PRÉSENTATIONS OU AUX DÉMONSTRATIONS

G.1 Exigences relatives aux présentations et aux démonstrations

Il n'y a pas d'exigence de présentation ou de démonstration liée à cette DDPN.

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 :

Date limite de réception des questions	Mercredi 11 mai 2016 à 14 h (HP)
Déclaration d'intention (*)	Vendredi 13 mai 2016 à 14 h (HP)
Date et heure limites	Vendredi 20 mai 2016 à 14 h (HP)
Présentations des soumissionnaires présélectionnés (au besoin)	À déterminer (au besoin)
Avis : La CCT s'efforcera de faire part de son choix à tous les soumissionnaires, retenus ou non, autour de cette date.	~Semaine du 30 mai
Période de négociation	5 à 10 jours suivant l'avis de la CCT

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

(*) À la réception par l'autorité contractante du courriel de déclaration d'intention du soumissionnaire, la CCT enverra la version actuelle du questionnaire, comme décrit dans la SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS, au soumissionnaire. Le questionnaire doit être examiné et révisé comme on le demande à la question E.2.9 de la SECTION E – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES SOUHAITÉS. Veuillez noter que la déclaration d'intention est une exigence obligatoire. Le questionnaire sera fourni en anglais; si le soumissionnaire a besoin de la version française du questionnaire, il doit l'indiquer dans son courriel de déclaration d'intention.

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 demande de renseignements auprès de 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](http://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.

Il incombe au soumissionnaire de vérifier régulièrement si la CCT a apporté des modifications à la DDPN au www.achatsetventes.gc.ca, ce qu'elle peut faire à sa discrétion avant la date limite. 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 présumer 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 à une ou à plusieurs 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 sa proposition pour les demandes ultérieures. La fourniture éventuelle d'un compte rendu ne vise aucunement à 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 préparation d'une proposition et d'une présentation 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

ANNEXE	TITRE DU DOCUMENT
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	Glossaire

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, société en nom collectif ou société en participation) :	
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 _____ 2016

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

S'il y a lieu, le soumissionnaire doit recenser les sous-traitants qui l'aideront à fournir les services décrits dans la présente DDPN, en remplissant la « Déclaration des sous-traitants » et en la 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.

Veuillez indiquer vos mesures de contrôle de la qualité et vos processus de règlement des différends liés au contrat applicables en cas de recours à des sous-traitants.

L'entreprise nommée à l'annexe 1, Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'attestation, fournira l'intégralité des biens et services énoncés dans la présente proposition.

Nous ferons appel à des sous-traitants pour fournir les biens et services énoncés 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 que fournira 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 résiliation. 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 – GLOSSAIRE

Modèle du cheminement vers l'achat

Dans le processus qui mène à l'achat d'un voyage, le comportement du consommateur peut être découpé en plusieurs étapes qui, dans leur séquence, tracent un chemin entre la première fois qu'il entend parler d'une destination et l'achat effectif d'une expérience. La CCT a élaboré un « modèle du cheminement vers l'achat » afin d'illustrer ce processus et de suivre le rendement de la marque touristique du Canada à toutes les étapes de la prise de décision du consommateur. L'analyse issue de ce modèle en sept étapes nous permet de comparer la marque dans tous les marchés et de concentrer les activités de marketing pour renforcer les maillons faibles de la chaîne. Par exemple, le Canada rencontre les plus grands défis à l'étape de la « création d'un scénario de voyage », qui requiert d'inspirer les consommateurs pour qu'ils s'imaginent en train de vivre une expérience au Canada. Sans égard au marché, le Canada perd environ 50 % de son public à cette étape. Parmi les consommateurs qui dépassent cette étape, nombreux sont ceux qui ne parviennent jamais à l'étape cruciale de la planification d'un itinéraire. Ce blocage entre la prise en considération de la destination et la planification d'un itinéraire est de ceux sur lesquels le marketing peut jouer. Faire passer un consommateur du désir à l'intention est un vrai casse-tête pour tout spécialiste du marketing de destination et tout vendeur : le modèle du cheminement vers l'achat leur offre une approche mieux ciblée pour guider les voyageurs dans leur cheminement vers l'achat.

Quotient explorateur^{MD}

L'idée derrière la marque *Canada. Explorez sans fin* est de s'adresser aux voyageurs curieux, afin d'inviter ces derniers à sortir de l'ordinaire dans un pays défini par un esprit d'exploration géographique, culturelle et personnelle. Alors que nous continuons de tabler sur des outils démographiques traditionnels pour trouver notre public, nous disposons maintenant d'un outil plus complexe pour cibler les consommateurs qui sont les plus réceptifs à notre message. Notre modèle exclusif de segmentation sociale s'appelle le Quotient explorateur^{MD} (QE). Il nous aide non seulement à comprendre comment les gens voyagent, mais également pourquoi. Le modèle du QE segmente les consommateurs en neuf types. Chaque type a son propre profil psychographique, ce qui nous offre des indications beaucoup plus riches sur les comportements et les préférences des consommateurs que les modèles démographiques. À l'aide du modèle du QE, nous pouvons nous adresser aux consommateurs dans une langue qui leur parle et faire correspondre leurs besoins et leurs désirs avec des expériences canadiennes réellement pertinentes et inoubliables.

Vous trouverez plus de renseignements sur le site Web d'entreprise de la CCT :
<http://fr.destinationcanada.com/ressources-industrie/le-quotient-explorateur>