



CANADIAN MUSEUM FOR
HUMAN RIGHTS
MUSÉE CANADIEN POUR LES
DROITS DE LA PERSONNE

Demande de propositions avec négociation

INITIATIVE DE MUSÉE VIRTUEL

Numéro de la demande de soumissions : CMHR 2016-04

Addenda n° 2

DPN CMHR 2016-04 – éclaircissements :

Budget/prix

Les fournisseurs doivent se rappeler que la première partie de l'appel d'offres s'oriente beaucoup vers les capacités des fournisseurs. Alors que le prix est pris en considération à toutes les étapes du processus d'évaluation, l'équipe d'évaluation comprend que toutes les estimations de prix et d'échéances pourraient changer en conjonction avec une phase de découverte plus détaillée une fois que les candidats présélectionnés sont identifiés.

La seule composante de la description des services qui doit être terminée dans le délai de 3 à 6 mois est celle de commerce électronique. Les fournisseurs fourniront des estimations de prix pour les autres composantes en fonction du degré d'achèvement prévu (travaux terminés) dans la période de 3 à 6 mois. L'objectif de la demande de prix est de comprendre les types de services et de solutions qu'un fournisseur peut recommander confortablement. Étant donné que le Musée est à la recherche d'un partenaire à long terme, ce partenaire doit être conscient des processus budgétaires habituels d'une institution publique, mais doit aussi comprendre les types d'initiatives et de soutien nécessaires pour atteindre les objectifs nationaux et mondiaux du MCDP qui sont décrits dans la demande de propositions avec négociation (DPN).

Commerce électronique

La composante de commerce électronique est assujettie à des contraintes de temps et doit être mise en œuvre rapidement. Le système actuel est considéré comme sous-optimal. Les fournisseurs sont encouragés à proposer les ensembles de solutions qu'ils estiment donneront au Musée les capacités nécessaires pour répondre à ses besoins en tant que musée public, solutions qui pourront être mises en œuvre rapidement et de façon rentable. Les recommandations peuvent inclure des hypothèses sur la demande de trafic en ligne, la capacité à gérer le volume des transactions financières et les programmes de fidélité/de rabais pour les membres.

Contenu numérique

La compétence de base du MCDP est la création de contenu. Il n'est pas attendu que les fournisseurs créent du contenu comme tel, bien qu'ils puissent vouloir jouer un rôle de soutien, avec l'équipe des communications, sur le format, la diffusion et la sélection/l'édition du contenu. L'objectif de l'initiative de « musée virtuel » est d'assurer que le contenu des expositions est disponible en ligne, ainsi que de faciliter la création de contenu supplémentaire par les intervenants et par l'entremise de plates-formes auxiliaires (par exemple, les médias sociaux, les données et archives de tierces parties).

Les solutions recommandées devraient prévoir une grande variété de formats et de types d'information, d'images et d'éléments vidéo, y compris des types de contenu accessibles (par exemple, les transcriptions, le sous-titrage codé, la description audio, etc.).

Découvertes/segments

Le MCDP a fait des travaux d'analyse dans le passé sur les segments d'intervenants et les types de visiteurs et visiteuses. Le résultat de ces travaux sera mis à la disposition du candidat final. Malgré les travaux déjà effectués sur les segments d'intervenants, les fournisseurs devraient prévoir une phase de découverte pendant laquelle ils devront s'efforcer de comprendre les intervenants principaux du MCDP et les facteurs qui influent sur une expérience positive pour les utilisateurs et utilisatrices.

Les fournisseurs peuvent inclure les grandes lignes de leur phase de découverte prévue dans leurs estimations de prix et leur échéancier/plan de travail. Ces grandes lignes peuvent indiquer la répartition du temps consacré à l'établissement des besoins opérationnels détaillés, à l'examen des technologies et à l'évaluation de l'expérience utilisateur et de l'harmonisation des segments.

Exercice-défi

On demande aux fournisseurs de proposer un plan de campagne simple en utilisant l'un des exemples fournis dans la DPN. Ces exemples sont des expositions réelles et comprennent du contenu créé par le MCDP. Les fournisseurs doivent supposer que le contenu principal est disponible pour la campagne. L'objectif est d'offrir aux fournisseurs l'occasion de montrer comment ils utiliseraient des moyens numériques pour cibler et engager les divers publics.

Langues

La langue de travail de l'équipe des technologies du MCDP est l'anglais. L'équipe des communications est bilingue, mais la langue de travail principale est l'anglais. Tout le contenu destiné au public doit être dans les deux langues officielles. Ceci comprend tous les éléments numériques accessibles au public, à l'exception du contenu créé par les intervenants et les participants ne faisant pas partie du Musée. En ce moment, le MCDP ne prévoit pas d'exigences linguistiques au-delà de deux langues officielles du Canada.

Technologies existantes

Les questions relatives aux systèmes existants et aux spécifications techniques pourront être abordées avec les candidats présélectionnés au cours du processus d'entrevue. À ce stade, on demande aux fournisseurs d'imaginer une situation de « table rase » sur le plan des technologies. Alors qu'on suppose une approche basée sur une interface de programmation d'applications (API), les autres plates-formes, outils, SaaS et capacités connexes sont ouverts à la discussion et aux recommandations.

L'un des rôles clés du candidat retenu est de recommander les solutions technologiques et les protocoles de mise en œuvre qu'il utilisera pour atteindre les objectifs du MCDP.

Soutien

Le fournisseur sera appelé à jouer un rôle essentiel dans la mise en œuvre de la solution et à fournir un soutien continu.

Le MCDP aura également besoin d'un certain soutien pour les campagnes et la gestion de contenu lié aux communications. Cela signifie développer et soutenir la diffusion de contenu, la gestion des commentaires/réactions et le soutien continu de l'engagement. Les détails sur la répartition des rôles et des responsabilités pour les campagnes et les communications seront négociés dans le cadre de l'accord de partenariat, mais les fournisseurs soumettant une proposition devraient suggérer comment le MCDP pourra tirer le meilleur parti de leurs talents et de leurs compétences. Ils pourraient par exemple décrire leurs capacités de soutien dans l'exercice-défi de la campagne. Cette discussion peut comprendre comment le rôle de soutien pourrait être mis à profit dans les campagnes à l'avenir et les activités de communication.

Échéancier

Le délai de 3 à 6 mois est principalement lié à la mise en œuvre de la solution de commerce électronique. Pour le reste, le MCDP s'attend à un déploiement par étapes et est à l'aise avec une feuille de route de développement sur une période de douze mois. Toutefois, en termes de prix, l'équipe d'évaluation veut comprendre ce que le fournisseur prévoit terminer à la fin de six mois.

Fournisseurs/partenaires

Le MCDP est ouvert à tous les fournisseurs, indépendamment de leur emplacement. L'expertise de certains fournisseurs pourrait ne pas répondre à tous les besoins énoncés dans la DPN. Nous encourageons les fournisseurs à collaborer avec d'autres entreprises qui complètent leurs capacités. Si la proposition d'un fournisseur comprend de multiples partenaires, l'équipe d'évaluation demande que le fournisseur principal soit identifié et qu'il explique son approche quant à la gestion des partenaires.

Portée

Alors que les six éléments mentionnés dans l'énoncé des travaux et la description des services résument ce que le MCDP souhaite réaliser, la direction du Musée reconnaît que la pleine réalisation de cette stratégie nécessitera plusieurs années.

Compte tenu de l'engagement du MCDP à un partenariat à long terme, il est attendu que les fournisseurs qui soumettent une proposition indiquent ce qu'ils s'attendent à réaliser dans un délai de six mois. Comme l'élargissement de la présence numérique du MCDP constitue l'un des objectifs, l'équipe d'évaluation

demande que les propositions des fournisseurs priorisent arbitrairement ce qui peut être fait efficacement dans le plus court laps de temps.

On ne demande pas aux fournisseurs de se pencher sur la nature plus complexe des dépendances de systèmes ou sur les déploiements imbriqués les uns dans les autres qui feront naturellement partie de la mise en œuvre éventuelle de l'ensemble des six éléments. Le critère d'évaluation principal est la capacité d'un fournisseur de recommander la solution et de formuler un calendrier général/partiel de mise en œuvre, qui traite de chacun des six éléments dans le délai prescrit.

-- fin du document --