



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

Demande de propositions avec négociation

SERVICES D'UNE AGENCE DE MARKETING

Numéro de la demande de soumissions :	CMHR 2016-06
Date de la demande de soumissions :	Le jeudi 7 juillet 2016
Dernière date/heure pour les questions :	Le jeudi 21 juillet 2016 à 14 h (HAC/HNC)
Affichage d'éclaircissements, de réponses et d'addendas :	Le vendredi 29 juillet 2016
Date et heure de clôture :	Le lundi 15 août 2016 à 14 h (HAC/HNC)
Entrevues avec les candidats :	Du 13 au 16 septembre 2016



Table des matières

1	Introduction	3
1.1	À propos du Musée canadien pour les droits de la personne	3
1.1	Énoncé du mandat	3
1.2	Lois applicables	3
2	Définitions	3
3	Instructions aux fournisseurs	4
3.1	Date limite pour l'envoi des soumissions	4
3.2	Comment répondre	4
3.3	Demandes d'information relatives aux propositions.....	5
3.4	Soumissions tardives ou retardées	5
3.5	Modification ou retrait d'une proposition.....	5
3.6	Responsabilités du fournisseur	6
4	Contenu et présentation de la proposition	6
4.1	Sommaire de l'entreprise	6
4.2	Expertise et expérience.....	7
4.3	Proposition financière.....	7
5	Processus d'évaluation des propositions et sélection	8
5.1	Équipe d'évaluation et décisions	8
5.2	Acceptation de proposition	8
5.3	Processus et critères d'évaluation	8
5.4	Négociation et entente	9
5.5	Avis aux fournisseurs	10
6	Conditions de la DPN	10
	ANNEXE 1.0 – ÉNONCÉ DES TRAVAUX ET DESCRIPTION DES SERVICES	15
	ANNEXE 2.0 – Conditions générales du contrat (2015)	18
	APPENDICE A – FORMULE DE SOUMISSION DE PROPOSITION.....	23
	APPENDICE B – FORMULE DE PROPOSITION FINANCIÈRE	25



1 INTRODUCTION

1.1 À PROPOS DU MUSÉE CANADIEN POUR LES DROITS DE LA PERSONNE

Le Musée canadien pour les droits de la personne a été constitué à titre de société d'État le 10 août 2008 par voie d'amendements à la Loi sur les musées. Il est le premier musée national créé depuis 1967 et situé de surcroît hors de la région de la Capitale nationale du Canada. Il s'agit également du premier musée national faisant l'objet d'un partenariat de financement entre les autorités fédérales, provinciales, municipales et le secteur privé. Le Musée a ouvert ses portes au public en septembre 2014, à Winnipeg, au Manitoba. Conformément au mandat prescrit par la loi, la mission du Musée est la suivante : « Explorer le thème des droits de la personne en vue d'accroître la compréhension du public à cet égard, de promouvoir le respect des autres et d'encourager la réflexion et le dialogue ».

1.1 ÉNONCÉ DU MANDAT

Dans le cadre de cette demande de propositions avec négociation (« DPN »), le Musée canadien pour les droits de la personne (« MCDP ») sollicite des propositions de fournisseurs qui pourraient servir d'agence de services de marketing pour le MCDP.

Le MCDP cherche une agence qui pourra fournir du soutien en marketing. Les services comprendront un examen des documents, des normes et des directives graphiques existants; la rédaction de textes et la création d'annonces pour toutes les plateformes des marchés locaux, nationaux et internationaux; effectuer de la recherche en marketing auprès de populations clés; et renforcer l'ensemble de nos efforts de marketing afin d'augmenter la fréquentation au MCDP. L'agence travaillera de près avec le personnel de trois services internes : 1) Affaires publiques et programmation; 2) Expositions, recherche, et conception; et 3) Expérience et mobilisation des visiteurs.

Voir l'ANNEXE 1.0 – ÉNONCÉ DES TRAVAUX ET DESCRIPTION DES SERVICES de la présente DPN pour une description complète des services recherchés.

1.2 LOIS APPLICABLES

En vertu de la *Loi sur les musées*, le Musée est une entité juridique distincte, appartenant exclusivement à l'État, qui fonctionne de façon indépendante du gouvernement pour sa gestion quotidienne, ses activités et ses programmes. À titre de société d'État et de membre du portefeuille du ministère du Patrimoine canadien, le Musée contribue à l'atteinte des objectifs généraux de la politique du gouvernement fédéral.

Le Musée est tenu de se conformer à diverses dispositions d'un ensemble de lois, notamment le Code canadien du travail, la *Loi canadienne sur les droits de la personne*, la *Loi sur les langues officielles*, l'*Accord sur le commerce interne* et la *Loi sur l'accès à l'information*.

2 DÉFINITIONS

Dans le présent document :

- a) Les termes « MCDP » ou « le Musée » désignent le Musée canadien pour les droits de la personne



- b) Les termes « Demande de propositions avec négociation » ou « DPN » désignent la présente demande de propositions à l'égard des services recherchés, y compris tous les addendas connexes qui pourraient être publiés avant la date limite pour l'envoi des soumissions.
- c) Le terme « fournisseur » désigne les entrepreneurs, les promoteurs et les fabricants qui ont soumis des propositions en réponse à la présente demande de propositions avec négociation.
- d) Le terme « contrat » désigne l'entente qui doit être conclue entre l'entrepreneur et le MCDP pour les biens ou services demandés.
- e) Le terme « entrepreneur » désigne le fournisseur dont la proposition est retenue et qui conclut un contrat avec le MCDP pour les biens ou services demandés.
- f) Les termes « promoteur » et « fabricant » sont considérés comme équivalents au terme « fournisseur ».
- g) L'expression « heure locale » désigne l'heure en vigueur à l'adresse du MCDP.
- h) Les termes « proposition(s) » et « soumission(s) » sont considérés comme équivalents.
- i) L'expression « adresse de réception des propositions » désigne l'adresse où les propositions doivent être reçues à la date de clôture
- j) L'expression « date et heure de clôture » désigne le moment indiqué sur la page couverture après lequel aucune proposition ne pourra être acceptée.
- k) L'expression « meilleure offre définitive » ou « MOD » désigne la dernière proposition que le MCDP reçoit d'un fournisseur.
- l) Le terme « spécifications » désigne les exigences et aspects particuliers des biens et services demandés.

3 INSTRUCTIONS AUX FOURNISSEURS

3.1 DATE LIMITE POUR L'ENVOI DES SOUMISSIONS

La date limite est la date indiquée sur la page titre de la présente DPN. Le MCDP pourrait prolonger la date limite en publiant un addenda à n'importe quel moment avant la date limite pour l'envoi des soumissions ou avant la date et l'heure précédemment précisées dans un autre addenda de prolongation de la date limite.

3.2 COMMENT RÉPONDRE

Nous vous prions de fournir une proposition complète et suffisamment détaillée en respectant la présentation recommandée à la section 4.

Les propositions doivent être soumises par l'entremise de notre serveur FTP sécuritaire. Il faut se connecter comme client SFTP selon la configuration suivante :

Protocole de fichiers : SFTP

Nom d'hôte : sftp.humanrights.ca

Numéro de port : 22

Nom d'utilisateur : rfp-cmhr2016-06

Mot de passe : rfp-cmhr2016-06



Veillez vous assurer de donner des noms uniques à vos fichiers, qui comportent le nom de votre organisation, et de téléverser les fichiers dans le répertoire « /upload ».

IMPORTANT : Vous ne pourrez pas voir le contenu du répertoire « /upload », ni avant d'y ajouter vos fichiers, ni après les avoir téléversés. Il est possible que vous receviez des messages d'erreur relatifs à la liste des répertoires, mais ceux-ci sont normaux.

Les propositions doivent nous parvenir avant l'heure et la date de clôture.

Toutes les dépenses encourues pour faire des propositions au MCDP doivent être absorbées par le fournisseur.

3.3 DEMANDES D'INFORMATION RELATIVES AUX PROPOSITIONS

Toute demande d'information concernant la présente DPN doit être envoyée par courriel, à offres@droitsdelapersonne.ca, au plus tard à la date et à l'heure mentionnée sur la page couverture de la présente DPN. Le numéro de référence de la soumission doit être indiqué dans l'objet du courriel.

Les demandes d'information doivent parvenir au MCDP au plus tard à la date et l'heure indiquée ci-dessus. Si une demande d'information est reçue après la date limite, le MCDP pourrait répondre, mais il n'est pas tenu de le faire.

Si un fournisseur a envoyé une demande d'information et n'a pas reçu d'accusé de réception, il devrait faire un suivi auprès du MCDP.

Si le MCDP détermine, à sa seule discrétion, qu'une demande d'information pourrait intéresser tous les fournisseurs, il communiquera avec tous les fournisseurs par écrit au moyen d'un addenda. La source de la demande d'information restera confidentielle.

Aucune rencontre n'aura lieu avec des fournisseurs avant la date et l'heure de clôture de la demande de propositions.

Aucune information fournie verbalement ne liera le Musée. Les fournisseurs doivent obtenir une confirmation écrite du Musée, sous la forme d'un addenda.

3.4 SOUMISSIONS TARDIVES OU RETARDÉES

Le Musée n'ouvrira pas les soumissions livrées après la date et l'heure de clôture stipulées.

3.5 MODIFICATION OU RETRAIT D'UNE PROPOSITION

Un fournisseur qui a soumis une proposition peut la modifier en tout temps en en présentant une autre avant la date limite pour l'envoi des soumissions. Le mot « RÉVISION » doit être écrit dans la proposition.

Les propositions modifiées reçues après la date limite ne seront pas acceptées. Il incombe au fournisseur de s'assurer que toute modification est soumise avant la date limite pour l'envoi des soumissions.

Un fournisseur peut retirer sa proposition en tout temps pendant le processus de la DPN, avant l'exécution du contrat.



3.6 RESPONSABILITÉS DU FOURNISSEUR

La présente DPN vise l'élaboration de propositions et leur soumission au Musée, propositions qui décrivent les moyens par lesquels le fournisseur a l'intention de fournir des biens ou services ou de répondre aux objectifs afin de satisfaire aux exigences décrites. Le Musée envisagera d'établir un contrat pour l'exécution de la proposition la plus acceptable compte tenu des critères d'évaluation décrits à la section 5. De plus, la proposition sera évaluée en fonction des conditions du contrat telles que précisées dans la présente DPN. Il incombe au fournisseur d'effectuer ce qui suit :

- a) fournir une proposition complète et suffisamment détaillée, y compris les détails relatifs au prix (sur demande) qui permettront qu'on en fasse une évaluation complète en fonction des critères décrits dans la DPN;
- b) s'assurer de la livraison exacte et en temps opportun des propositions au site FTP de réception des propositions;
- c) s'assurer que le nom et l'adresse de retour du fournisseur, le numéro de référence de la proposition et la date et l'heure de clôture de la DPN sont clairement écrits dans la proposition;
- d) s'assurer que le nom de la personne ressource principale du fournisseur et son adresse courriel sont clairement visibles dans la proposition;
- e) traiter toute l'information contenue dans la présente DPN comme une propriété exclusive et en préserver la confidentialité à moins d'avoir obtenu d'abord le consentement écrit du Musée;
- f) comprendre que toute proposition incomplète, conditionnelle ou incompréhensible de l'avis du Musée peut être rejetée;
- g) comprendre que le Musée n'acceptera pas de soumission transmise par télécopieur ou autres moyens électroniques.

4 CONTENU ET PRÉSENTATION DE LA PROPOSITION

Les fournisseurs doivent organiser leurs propositions afin de fournir les renseignements suivants de manière séquentielle :

4.1 SOMMAIRE DE L'ENTREPRISE

Un sommaire d'entreprise, qui comprend les éléments suivants :

- Organisation et identité :
 - dénomination sociale et adresse;
 - numéros de téléphone et de télécopieur;
 - principales personnes-ressources aux niveaux national et régional.
- Vue d'ensemble et historique, y compris :
 - nombre d'années en activité;
 - description générale de la clientèle du fournisseur et de son expertise verticale;
 - liste des distinctions reçues et les coordonnées de deux références.
- Autres questions connexes :
 - détails de tout litige dont le fournisseur aurait fait l'objet au cours des sept dernières années;
 - renseignements détaillés sur les plaintes relatives aux droits de la personne déposées contre l'entreprise, et une confirmation du résultat de ces plaintes;



- preuve d'assurance;
- déclaration du fournisseur sur ses capacités et ses aptitudes à fournir les résultats attendus dans les deux langues officielles

4.2 EXPERTISE ET EXPÉRIENCE

Le fournisseur doit fournir de l'information qui décrit son expérience antérieure et ses stratégies dans les domaines suivants :

a) Description de l'équipe

On suggère aux fournisseurs d'inclure les curriculum vitae et les certifications de chaque membre de l'équipe susceptible de participer directement à la réalisation des travaux pour le MCDP.

b) Approche relative aux relations avec le client et au soutien

On demande aux fournisseurs de décrire leur approche relativement aux directives de création et aux processus d'approbation pour des clients semblables au MCDP. Cette description doit, entre autres, indiquer de quelle façon leur équipe assure la gestion du projet, répond aux demandes des intervenants et aux pressions exercées sur les échéanciers ou les ressources.

c) Travaux antérieurs

Les fournisseurs doivent fournir des liens et des descriptions de travaux réalisés avec d'autres clients qui mettent en évidence leurs compétences et leurs qualifications par rapport à la présente DPN. Ils doivent inclure, entre autres, des exemples de développement et/ou la mise en place d'images de marque et de normes graphiques, des directives de création/de messages, et des campagnes de marketing à plateformes multiples. La liste de projets de référence doit présenter les renseignements suivants :

- une brève description du projet;
- le nom du client;
- l'année de réalisation des travaux et/ou la durée du projet/des services;
- la nature et la portée des travaux réalisés en traçant les similitudes avec le présent projet/les présents services;
- les membres de l'équipe qui ont travaillé à ce projet/à ces services, leurs rôles et leurs responsabilités;
- la valeur approximative du travail pour comprendre la complexité ou l'envergure du projet/des services;
- la quantité approximative d'heures facturées pour comprendre la valeur en comparaison avec la complexité ou l'envergure du projet/des services.

Les fournisseurs présélectionnés seront invités à participer à une entrevue, où ils pourront présenter des exemples de leurs travaux de façon plus détaillée et expliquer leur approche dans le développement de solutions axées sur le client. Au cours de l'entrevue, les fournisseurs pourront discuter de leur « promesse de valeur » avec certains intervenants clés du MCDP.

4.3 PROPOSITION FINANCIÈRE

Le fournisseur doit fournir des estimations de prix, en utilisant l'APPENDICE B – FORMULE DE PROPOSITION FINANCIÈRE, pour les travaux décrits à l'ANNEXE 1.0 – ÉNONCÉ DES TRAVAUX ET DESCRIPTION DES SERVICES.



Tous les montants figurant dans les propositions doivent être indiqués en dollars canadiens et sont assujettis aux taxes canadiennes applicables.

5 PROCESSUS D'ÉVALUATION DES PROPOSITIONS ET SÉLECTION

5.1 ÉQUIPE D'ÉVALUATION ET DÉCISIONS

L'évaluation des propositions sera faite pour le Musée par l'équipe d'évaluation. Celle-ci pourrait, à sa discrétion, consulter d'autres personnes (p. ex. des membres du personnel du Musée, des consultants indépendants ou des références).

En soumettant une proposition, le fournisseur comprend que toutes les décisions sur la mesure dans laquelle une proposition répond aux critères d'évaluation sont du seul ressort de l'équipe d'évaluation et reposent entièrement sur son jugement. La décision de l'équipe d'évaluation est finale.

5.2 ACCEPTATION DE PROPOSITION

Le Musée se réserve le droit d'accepter la proposition qu'il juge, à son entière discrétion, la plus avantageuse, ainsi que le droit de rejeter toute proposition sans fournir de motifs. Si, à la date et l'heure de clôture, le Musée n'a reçu qu'une seule proposition, il se réserve le droit de la rejeter. Le Musée n'est pas tenu d'accepter la soumission proposant le coût le plus bas, ni aucune proposition.

Indépendamment de toute disposition contenue dans la présente DPN, le Musée peut renoncer à considérer toute déficience ou irrégularité mineure et accepter une proposition, s'il juge que l'écart avec la DPN ne nuira à aucun autre fournisseur éventuel ou à l'intégrité du processus.

5.3 PROCESSUS ET CRITÈRES D'ÉVALUATION

L'équipe d'évaluation comparera et évaluera toutes les propositions afin de déterminer les qualifications de chaque fournisseur et ses capacités de fournir les services décrits à l'annexe 1.0 – ÉNONCÉ DES TRAVAUX ET DESCRIPTION DES SERVICES. Chaque proposition sera évaluée en fonction des critères suivants :

Étape 1 : Évaluation des propositions et classement des fournisseurs :

Catégorie de notations	Liste restreinte	Note finale*	MOD**
Prix	25	20	40
Expérience et compétence en marketing <ul style="list-style-type: none"> • <i>Le profil de l'entreprise comprend le nombre d'année en activité, son marché/sa clientèle cible et ses valeurs. (Sect. 4.1)</i> • <i>Expérience individuelle des membres de l'équipe (Sect. 4.2a)</i> • <i>Approche, méthodologie utilisées précédemment (Sect. 4.2b)</i> • <i>L'organisation a démontré son expérience et ses antécédents à offrir ce type de services (Sect 4.2c)</i> • <i>Appuie la mise en œuvre d'une campagne approfondie et harmonisée avec les objectifs établis</i> • <i>Supports the implementation of a campaign that is thorough and aligns with the stated objectives</i> 	60	30	
Entrevue (et MOD, s'il y a lieu)	s.o.	50	60
Références	15	s.o.	



*Il faut mentionner que la note finale se compose des notes pour le prix, l'expertise technique et l'expérience qui servent à établir la liste des fournisseurs présélectionnés, plus la note obtenue pour l'entrevue.

**La note attribuée à la MOD se compose de la note obtenue lors de l'entrevue et de la réévaluation d'une nouvelle proposition soumise (MOD) pour le prix, l'expérience et la compétence.

Nous conseillons aux fournisseurs d'examiner soigneusement les critères d'évaluation tels qu'énoncés à la section 5.3 ainsi que les exigences obligatoires avant de préparer leur soumission en réponse à la présente DPN.

Étape 2 : Déterminer la liste des fournisseurs présélectionnés

Les fournisseurs qui occupent les trois premiers rangs du classement seront invités à présenter leur proposition devant l'équipe d'évaluation.

Étape 3 : Présentations des fournisseurs présélectionnés

Les trois fournisseurs présélectionnés auront l'occasion de présenter leurs capacités et leur approche pour établir la présence numérique du Musée. Les présentateurs auront l'occasion de mettre en valeur les histoires sous-jacentes aux projets et expériences réussis qu'ils auront mentionnés dans leur proposition. Pendant l'entrevue, les fournisseurs pourront poser des questions à l'équipe d'évaluation sur les objectifs, les approches privilégiées et l'infrastructure existante.

Étape 4 : Négociations simultanées et meilleure offre définitive (MOD)

Une fois les entrevues terminées, le MCDP pourra engager des négociations simultanées avec les trois fournisseurs présélectionnés. Au cours de ces négociations simultanées, le MCDP fournira des éclaircissements aux fournisseurs quant aux exigences requises, et demandera aux fournisseurs des explications ou d'apporter des améliorations à leur proposition. Après l'expiration de la période de négociations simultanées, chaque fournisseur présélectionné aura l'occasion de soumettre une nouvelle proposition révisée qui sera considérée comme leur meilleure offre définitive. Les notes combinées de l'entrevue et des catégories notées pendant le processus de présélection constitueront la note finale. L'équipe d'évaluation avisera le fournisseur retenu ayant la meilleure note finale. Cet avis lancera le processus de conclusion du contrat.

Option de ne pas tenir d'entrevues ni de négociations simultanées et de MOD

Si, après avoir achevé l'étape 1, 2 ou 3, il y a une différence de 15 points ou plus entre le total de points obtenus par le fournisseur occupant le premier rang du classement et le total de points du fournisseur occupant le deuxième rang, le MCDP peut choisir de ne pas entreprendre les étapes suivantes et de passer directement à l'étape des négociations finales avec le fournisseur occupant le premier rang.

5.4 NÉGOCIATION ET ENTENTE

Le MCDP peut inviter le fournisseur occupant le premier rang du classement, tel que déterminé au cours du processus d'évaluation, d'entamer des négociations pour finaliser l'entente.

Les négociations peuvent comprendre des demandes du MCDP pour obtenir des renseignements supplémentaires de la part du fournisseur afin de vérifier, d'éclaircir ou de compléter des renseignements fournis dans sa ou ses propositions ou de confirmer les conclusions tirées lors de l'évaluation; ils peuvent aussi comprendre des demandes du MCDP pour des meilleurs prix ou un meilleur rendement de la part du fournisseur.



Le MCDP envisage de conclure les négociations avec le fournisseur occupant le premier rang du classement dans une période de 20 jours à compter de l'envoi de l'invitation à négocier. Si les parties ne peuvent s'entendre pour finaliser l'entente pendant cette période, le MCDP peut interrompre les négociations avec le fournisseur occupant le premier rang du classement et inviter le fournisseur du second rang à négocier ou décider de retourner à la deuxième étape. Ce processus se poursuivra jusqu'à ce :

- a) qu'une entente soit négociée avec succès et finalisée;
- b) qu'il ne reste plus aucun fournisseur admissible;
- c) que le MCDP décide d'annuler le processus de la DPN.

Si le MCDP et un fournisseur réussissent à négocier une entente, le MCDP préparera l'entente définitive à des fins de signature par les deux parties. Il n'y aura aucune relation juridiquement contraignante créée par un fournisseur avant la signature de l'entente, et la prestation de services commencera uniquement une fois l'entente signée par le fournisseur et le MCDP.

5.5 AVIS AUX FOURNISSEURS

Les fournisseurs qui ne sont pas présélectionnés seront avisés.

Le nom du fournisseur retenu sera communiqué, sur demande, à tous les fournisseurs après la signature de l'entente.

Si le MCDP décide de ne pas conclure d'entente avec un fournisseur, tous les fournisseurs en seront avisés.

6 CONDITIONS DE LA DPN

Le fournisseur doit comprendre parfaitement et accepter, par le fait qu'il soumet une proposition, que sa proposition est assujettie aux conditions suivantes, ainsi qu'à toute autre condition décrite dans la présente DPN.

6.1 LANGUE

Les propositions et les renseignements connexes peuvent être présentés en français ou en anglais.

6.2 COLLUSION

Le fournisseur doit s'abstenir de toute collusion et, en particulier, il doit préparer sa proposition sans connaître ni comparer les montants ou sans entente avec toute autre personne ou entreprise qui soumet une proposition dans le cadre de la même DPN.

6.3 CAPACITÉ JURIDIQUE DU FOURNISSEUR

Pour permettre d'établir la capacité juridique en vertu de laquelle il proposerait de conclure le contrat, un fournisseur qui exerce des activités commerciales autrement qu'en son nom personnel ou sous une dénomination sociale peut se voir tenu de fournir la preuve de sa capacité juridique



6.4 CONFLIT D'INTÉRÊTS

Le contrat définitif devra inclure la condition selon laquelle aucun ancien membre de la fonction publique qui ne respecte pas les dispositions du Code régissant la conduite des titulaires de charge publique en ce qui concerne les conflits d'intérêts et l'après-mandat ne peut tirer d'avantages directs du présent contrat

6.5 INDEMNISATION

Le fournisseur devra indemniser et dégager de toute responsabilité Sa Majesté la Reine du chef du Canada et le Musée des réclamations, des pertes, des dommages, des coûts, des dépenses, des poursuites et autres procédures auxquels il pourrait devoir faire face de quelque façon que ce soit dans le cadre de la présente DPN et du contrat qui en résultera.

6.6 RETRAIT, MODIFICATION OU ANNULATION

- a) Le Musée peut en tout temps modifier ou annuler la présente DPN en tout ou en partie sans encourir de frais ni de pénalité. Il n'a à fournir aucun motif justifiant cette décision.
- b) Un fournisseur qui a soumis une proposition peut en présenter une autre à tout moment jusqu'à la date et l'heure de clôture. La dernière proposition reçue supplantera et invalidera toute soumission antérieure de la part de ce fournisseur.
- c) Un fournisseur peut en tout temps, jusqu'à la date et l'heure de clôture, retirer ou modifier sa proposition en envoyant une demande écrite au Musée à cet effet. L'enveloppe du fournisseur lui sera renvoyée sans être ouverte.

6.7 ÉCLAIRCISSEMENTS, INFORMATION ET PRÉSENTATION DES PROPOSITIONS

Le Musée se réserve le droit, à toute étape de l'examen des propositions, de demander au fournisseur de fournir des éclaircissements, des renseignements supplémentaires ou une présentation personnelle relativement à sa proposition. Les fournisseurs, en revanche, n'auront pas le droit de modifier leur proposition après l'avoir soumise. Le Musée n'est pas tenu de modifier les conditions à l'intention de quelque autre fournisseur. Le Musée peut, s'il le juge nécessaire, faire enquête afin d'établir la capacité d'un fournisseur à effectuer le travail et utiliser les résultats de son enquête pour attribuer le contrat audit fournisseur.

6.8 OUVERTURE DES PROPOSITIONS

Il n'y aura pas d'ouverture publique des propositions reçues en réponse à la présente DPN. Les propositions reçues après la date et l'heure de clôture seront renvoyées sans être ouvertes.

6.9 NI CONTRAT A ET NI RÉCLAMATION

Le présent processus de DPN n'a pas pour effet de créer et ne doit pas être interprété de manière à créer un processus officiel ou juridiquement contraignant et devra plutôt être régi par la loi applicable aux négociations commerciales directes. Il est entendu, sans limiter la portée de ce qui précède, que :

- (a) la DPN n'entraînera aucune obligation relative à la loi régissant les procédures de soumission en relation avec le contrat A ni aucune autre obligation juridique découlant de tout contrat lié au processus ou accessoire;
- (b) ni le fournisseur ni le MCDP n'aura le droit de déposer une demande d'indemnité (fondée sur la responsabilité contractuelle, délictuelle ou autre) contre l'autre partie en ce qui a trait au



résultat du processus de DPN, y compris toute décision par le MCDP de conclure une entente avec un fournisseur, toute décision par le MCDP de ne pas conclure d'entente avec un fournisseur ou la décision d'un fournisseur de retirer sa proposition.

6.10 AUCUN CONTRAT AVANT L'EXÉCUTION D'UNE ENTENTE ÉCRITE

Le processus de DPN vise à déterminer des fournisseurs éventuels en vue de négocier des ententes possibles. Aucun lien ni aucune obligation juridique concernant l'acquisition de tout bien ou service n'est créé entre le fournisseur et le Musée en raison du processus de DPN avant la négociation et la signature d'une entente écrite visant l'acquisition de services.

6.11 ESTIMATIONS DE PRIX NON CONTRAIGNANTES

Bien que les renseignements sur les prix fournis dans les propositions n'auront pas force exécutoire avant la signature d'une entente écrite, de tels renseignements seront examinés pendant l'évaluation des propositions et le classement des fournisseurs. Tout renseignement inexact, trompeur ou incomplet, notamment des prix retirés ou modifiés, pourrait influencer de façon défavorable sur l'évaluation, le classement ou la décision du Musée de conclure une entente visant l'acquisition des services.

6.12 PROPRIÉTÉ DES PROPOSITIONS

Toutes les propositions reçues en réponse à la présente DPN demeureront propriété du Musée.

6.13 COÛT DES PROPOSITIONS

Le fournisseur assumera tous les coûts liés à la préparation et à la soumission d'une proposition en réponse à la présente DPN.

6.14 LIMITE DES RESPONSABILITÉS

Le fournisseur convient qu'en retour de la préparation et de la présentation de sa proposition, la seule obligation du Musée est de prendre ladite proposition en considération conformément au présent document. Ni le Musée, ni aucun de ses administrateurs, employés, mandataires ou représentants ne seront tenus responsables à l'endroit du fournisseur ou de ses administrateurs, employés, fournisseurs indépendants, sous-traitants, mandataires ou représentants, de quelque perte, dépense, coût, réclamation ou dommages que ce soit, non plus que de toute obligation survenant ou découlant de la présente DPN, y inclus des dommages indirects, collatéraux, spéciaux ou consécutifs ainsi que, sans limitations, des coûts de préparation et de soumission d'une proposition, des bénéfices prévus et des contributions aux coûts indirects. Les dispositions énoncées ci-dessus demeureront en vigueur après la clôture de la présente DPN et l'exécution du contrat par le fournisseur et le Musée

6.15 INTERPRÉTATION ET LOIS APPLICABLES

Les modalités de la DPN (section 6.0) :

- a) sont conçues pour être interprétées au sens large et séparément (aucune disposition particulière n'est conçue pour limiter la portée de toute autre disposition);
- b) ne sont pas exhaustives et ne doivent pas être interprétées comme voulant limiter les droits préexistants des parties de s'engager dans des discussions précontractuelles conformément aux principes de common law qui régissent les négociations commerciales directes;



- c) doivent être régies et interprétées conformément aux lois de la province du Manitoba et des lois fédérales canadiennes qui s'appliquent.

6.16 DÉVOILEMENT DU CHOIX ET DÉBREFFAGE

- a) La seule obligation du Musée envers tous les fournisseurs consiste à dévoiler le nom du fournisseur retenu.
- b) Un débriefage sera fourni aux fournisseurs sur demande écrite seulement, à condition que le Musée reçoive ladite demande dans les cinq (5) jours faisant suite à la date d'attribution. La séance de débriefage pourra être tenue par conférence téléphonique ou en personne, à la convenance du Musée. Aucun résumé écrit des séances de débriefage ne sera fourni. Toute information relative à une proposition devra demeurer confidentielle et ne pourra être rendue publique

6.17 DIVULGATION D'INFORMATION / CONFIDENTIALITÉ

Au moment de l'utilisation de tout type d'information du Musée, le fournisseur devra se conformer à ce qui suit :

- a) Toute information reçue du Musée demeurera la propriété de celui-ci, sera utilisée uniquement aux fins pour lesquelles elle est communiquée, ne sera pas transmise, transférée, vendue ou rendue accessible à un tiers sans autorisation écrite du Musée et ne sera conservée que durant la période nécessaire à l'exécution des fonctions pertinentes et/ou jusqu'à la fin de ce contrat;
- b) Le fournisseur s'assurera en tout temps que l'utilisation de l'information du Musée par ses employés respecte les principes énoncés plus haut, protégera cette information de façon raisonnable contre le vol ou l'usage abusif de quelque nature que ce soit et en limitera l'accessibilité aux employés qui en ont besoin pour remplir leurs obligations à l'endroit du Musée, ou encore pour compléter la proposition;
- c) Le Musée se réserve le droit de demander que toute information fournie lui soit retournée avec la proposition à la date et l'heure de clôture;
- d) Le présent article demeurera en vigueur durant une période de cinq (5) ans après la clôture ou l'expiration de la présente DPN.

6.18 LOI SUR L'ACCÈS À L'INFORMATION

Le Musée est assujéti à la *Loi sur l'accès à l'information*, dans sa version modifiée relativement à la protection de l'information placée sous sa garde et sous son contrôle. Conséquemment, toutes les propositions et tous les documents soumis au Musée en réponse à la présente DP sont susceptibles d'être mis à la disposition du public, sauf si les parties qui les ont fournis demandent qu'ils demeurent confidentiels et qu'ils ne puissent être divulgués conformément aux dispositions de la Loi. Les propositions refusées par le Musée seront conservées durant trois (3) ans après la date et l'heure de clôture, après quoi elles seront détruites.



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

DPN n° CMHR 2016-06
Services d'une agence de marketing



ANNEXE 1.0

ÉNONCÉ DES TRAVAUX ET DESCRIPTION DES SERVICES

A) RÉSUMÉ

Au cours de ses 18 premiers mois d'activité, le Musée canadien pour les droits de la personne (MCDP ou Musée) s'est positionné comme une destination de choix pour les personnes en visite à Winnipeg et pour celles qui vivent à Winnipeg ou dans un rayon de deux heures de la ville. Au Manitoba, la population est généralement consciente du Musée et de son existence¹, et la grande majorité des gens expriment un grand désir de visiter le Musée². Sur les plans national et international, nos efforts de marketing sont dirigés en fonction de nos partenariats avec Tourism Winnipeg, Voyage Manitoba et Destination Canada. Le tourisme en direction de Winnipeg et du Manitoba continue d'augmenter³ et nous voulons nous assurer que l'envie de visiter le Musée attire des visiteurs et des visiteuses à notre ville et à notre province.

Le MCDP a un métarécit établi qui a guidé le développement de la stratégie de commercialisation et de mise en marché, y compris un énoncé de positionnement de marque (« Des rencontres inspirantes autour des droits de la personne ») et un appel à l'action de marque (Laissez-vous inspirer). De plus, le MCDP a des normes graphiques établies qui reflètent notre engagement envers l'intégration et l'accessibilité dans tous les aspects de l'organisation, notre bilinguisme et l'esthétique générale du Musée, en tenant compte que nous sommes un musée national⁴.

Alors que nous nous préparons à entamer notre deuxième année complète d'activité, nous avons commencé à développer une stratégie de segmentation du public et à déterminer où il y a des lacunes ou des occasions dans nos activités actuelles de marketing. À mesure que le Musée investit dans le domaine du marketing, nous cherchons aussi à réorienter nos achats média pour refléter les tendances générales du marché et à aller davantage vers une approche numérique⁵.

Le Musée est maintenant prêt à engager une agence pour travailler avec nous afin d'évoluer vers l'excellence en matière de marketing.

Les travaux comprendront :

1. Examiner tous les documents pertinents (seront fournis par le MCDP), y compris :
 - Recherche existante sur les marchés
 - Échantillons de produits de marketing imprimés, radio, numériques, et de marketing direct et extérieur

¹ Sondage sur la connaissance du Musée, avril 2016, ci-joint.

² Sondage sur les obstacles aux visites, novembre 2015, ci-joint.

³ Les chiffres de Voyage Manitoba montrent qu'en 2015, il y avait une hausse de 13,1 % du nombre de résidents et résidentes des États-Unis qui entrent au Canada par le Manitoba; par ailleurs, selon les chiffres de Tourism Winnipeg, il est prévu que les voyages à Winnipeg comprenant une nuitée augmentent plus rapidement le taux national au cours des deux prochaines années.

⁴ Manuel des normes relatives à l'image de marque, ci-jointes.

⁵ Stratégie de marketing pour 2016-17, ci-jointe.



- Processus existant relatif aux directives de création
 - Normes graphiques et normes de marque existantes
 - Métarécit du MCDP
 - Exemples de témoignages de visiteurs et de visiteuses (recueillis à l'interne et au moyen de sites comme TripAdvisor)
2. Vérifier l'efficacité de l'énoncé de marque et de positionnement, de l'appel à l'action et des annonces, et formuler des recommandations afin de permettre au Musée d'améliorer sa capacité à établir des liens avec des visiteuses et visiteurs potentiels. Ceci comprend :
 - Vérifier l'efficacité de l'énoncé de marque et de positionnement actuel (Rencontres inspirantes autour des droits de la personne/Laissez-vous inspirer) en les comparant avec l'expérience et les commentaires du public.
 - Examiner les normes graphiques en fonction des objectifs de marketing.
 3. Développer et tester une suite d'annonces ciblées pour des segments distincts du public dans le marché local. Ceci comprend :
 - Annonces publiées sur des tableaux d'affichage, dans des magazines/journaux, à la radio et en ligne.
 - Recherche (locale) auprès de groupes de discussion comprenant des personnes âgées, des parents ayant entre 25 et 44 ans et des jeunes professionnels.
 4. Rédaction en français et en anglais pour les activités de marketing de 2016-17 du Musée destinées au marché local. Ceci comprend :
 - En se fondant sur les résultats de tests et en suivant les directives de création préparées par le client, développer des annonces pour des médias numériques, imprimés, radio, en ligne et affichage extérieur; la majorité des annonces devront avoir des versions anglaise et française; certaines annonces pourraient être bilingues.
 - Travailler avec le client pour faciliter des travaux de photographie, au besoin.
 - S'assurer que toutes les annonces respectent nos exigences en matière d'accessibilité et que leur conception inclut tous les éléments obligatoires.
 5. Rédaction et conception des activités de marketing de 2016-17 du Musée destinées aux visiteurs et visiteuses venant à Winnipeg et au Manitoba, en se penchant particulièrement, au niveau international, sur le marché américain. Ceci comprend :
 - Examiner la segmentation du marché américain selon Destination Canada et développer des annonces pour attirer les touristes « explorateurs et exploratrices de culture » grâce à une approche de marketing du contenu par des moyens imprimés et en ligne.
 - Examiner les possibilités de partenariat avec Voyage Manitoba et développer des éléments de marketing pour médias imprimés, de marketing en ligne et de marketing direct pour des publics nationaux et internationaux.



B) CONSIDÉRATIONS

- (Bilinguisme) En tant que musée national du Canada, le MCDP s'engage à fournir des services dans les deux langues officielles; ses efforts de marketing s'inscrivent dans le cadre de cet engagement.



ANNEXE 2.0

VERSION PROVISOIRE

Conditions générales du contrat (2015)

1 Définitions

Les termes « le Musée » ou « MCDP » désignent le Musée canadien pour les droits de la personne.

Le terme « contrat » désigne l'entente conclue entre le fournisseur et le Musée en vue de la fourniture de biens ou de services. Les contrats incluent divers documents contractuels, y compris des bons de commande.

Le terme « fournisseur » ou « entrepreneur » désigne le fournisseur dont la proposition ou l'offre est retenue et qui passe un contrat avec le MCDP pour la fourniture des biens ou services.

Le terme « sous-traitant » désigne une personne ou, dans bien des cas, une entreprise qui est engagée pour remplir une partie des obligations ou toutes les obligations du contrat négocié entre le fournisseur et le Musée.

2 Langue du contrat

Le contrat sera rédigé en français ou en anglais, selon ce qui est demandé par le fournisseur.

3 Facturation

Les factures doivent être envoyées à l'adresse suivante :

Comptes clients

Musée canadien pour les droits de la personne

85 Israel Asper Way

Winnipeg (Manitoba) R3C 0L5

Télé. : 204-289-2001

accountspayable@droitsdelapersonne.ca

Le paiement doit être versé après l'acceptation définitive des produits et services par le Musée, nonobstant tout transfert de titre des produits.

Sauf indication contraire, les modalités de paiement doivent être respectées dans un délai de trente (30) jours. La période de paiement peut être modifiée en contrepartie de tout rabais de paiement relativement au « paiement anticipé » ou au « transfert électronique de fonds » prévus au contrat.

Toutes les factures doivent indiquer les taxes applicables de façon distincte. De plus, les numéros d'enregistrement à la taxe doivent être indiqués clairement à chaque facture. Il incombe au Musée de payer la taxe sur les produits et services (TPS) canadienne et la taxe de vente provinciale (TVP) du Manitoba sur les produits et services définis aux dispositions législatives applicables.

Si le MCDP s'oppose au contenu de la facture ou aux documents à l'appui, il doit, dans les trente (30) jours suivant sa réception, informer l'entrepreneur de la nature de l'opposition. L'entrepreneur convient



de fournir des précisions dans les plus brefs délais suivant la réception de l'opposition. L'entrepreneur reconnaît que MCDP peut retenir un paiement jusqu'à ce que l'opposition soit réglée à la satisfaction du MCDP.

4 Modifications

Des modifications aux conditions du présent contrat ne peuvent être apportées que sur consentement écrit des parties.

5 Résiliation

Dans l'éventualité où l'une des parties croit que l'autre a manqué de façon importante à une obligation prévue au présent contrat, elle doit en informer la partie contrevenante par écrit. La partie contrevenante disposera d'un délai de 30 jours suivant la réception de l'avis pour remédier à la violation alléguée et pour informer l'autre partie, par écrit, qu'elle y a remédié. Si la violation n'est pas remédiée dans les 30 jours, l'autre partie doit avoir le droit de résilier le contrat sans autre avis.

6 Capacité juridique du fournisseur

Pour permettre au Musée d'établir la capacité juridique en vertu de laquelle un fournisseur qui exerce des activités commerciales autrement qu'en son nom personnel ou sous une dénomination sociale peut se voir tenu de fournir la preuve de sa capacité juridique.

7 Cession

Aucun droit d'intérêt prévu au présent contrat et/ou au bon de commande ne doit être cédé par ni l'une ni l'autre des parties sans le consentement écrit de l'autre partie et aucune délégation ne peut être accordée ou l'acquittement de toute obligation soit par le Musée, soit par le fournisseur, ne doit être effectué sans le consentement écrit de l'autre partie.

8 Indemnisation

Le fournisseur devra indemniser et dégager de toute responsabilité Sa Majesté la Reine du chef du Canada et le Musée des réclamations, des pertes, des dommages, des coûts, des dépenses, des poursuites et autres procédures auxquels il pourrait devoir faire face de quelque façon que ce soit dans le cadre du contrat.

9 Conflit d'intérêts / Collusion

Le fournisseur doit s'abstenir de toute collusion. Aucun ancien membre de la fonction publique qui ne respecte pas les dispositions du Code régissant la conduite des titulaires de charge publique en ce qui concerne les conflits d'intérêts et l'après-mandat ne peut tirer d'avantages directs du présent contrat.

10 Confidentialité

Lors de l'utilisation de tout type d'information du Musée, le fabricant devra se conformer à ce qui suit :

- a) toute information reçue par le Musée demeurera la propriété de celui-ci, sera utilisée uniquement aux fins pour lesquelles elle est communiquée, elle ne devra pas être transmise, transférée, vendue ou rendue accessible à un tiers sans autorisation écrite du Musée et elle ne devra être conservée que pour la période nécessaire à l'exécution des fonctions pertinentes et/ou jusqu'à la fin du présent contrat;
- b) le fournisseur s'assurera en tout temps que l'utilisation de l'information du Musée par ses employés respecte les principes énoncés plus haut, il protégera cette information de façon raisonnable contre le vol ou l'usage abusif de quelque nature que ce soit et il en limitera l'accessibilité aux employés qui en ont besoin pour remplir leurs obligations à l'endroit du Musée;



c) le Musée se réserve le droit de demander que toute information qu'il a fournie au fournisseur lui soit retournée;

d) le présent article demeurera en vigueur durant une période de cinq (5) ans après l'achèvement des obligations la clôture du contrat.

11 Avis

Tout avis requis ou pouvant être remis par une partie à l'intention de l'autre en vertu du présent contrat sera réputé avoir été effectivement et correctement reçu s'il est remis en personne ou par un messenger, envoyé par télécopieur ou par courriel recommandé affranchi à la partie destinataire. Les avis seront réputés avoir été reçus :

1. Pour les avis livrés en personne ou par un messenger, le jour même qu'il est reçu;
2. Pour les avis envoyés par la poste, le jour même qu'il est reçu ou le sixième jour ouvrable après son envoi (le premier des deux jours s'appliquant);
3. Pour les avis envoyés par télécopieur, le jour ouvrable suivant l'envoi.

Une partie peut en tout temps signaler un changement d'adresse à l'autre partie, par écrit.

L'adresse du Musée est la suivante :

85 Israel Asper Way
Winnipeg (Manitoba)
Canada R3C 0L5
Télécopieur : 204-289-2001

12 Dissociabilité

Toute disposition de la présente entente qui se révèle invalide ou inapplicable dans toute compétence géographique sera, pour ce secteur de compétence, sans effet uniquement dans la mesure du caractère invalide ou inapplicable de la disposition et sera séparée du reste de la présente entente sans invalider ou affecter les autres dispositions du contrat dans ce secteur de compétence ou pour tout autre secteur de compétence où les autres dispositions continueront d'être pleinement en vigueur.

13 Lois applicables

Tout contrat ou le bon de commande doit être interprété et régi, et les relations entre les parties déterminées, par les lois en vigueur dans la province du Manitoba et les lois applicables du Canada, et les tribunaux de la province du Manitoba ont la compétence exclusive pour toutes les questions relatives au présent contrat ou bon de commande.

14 Observation des lois applicables

Le fournisseur doit se conformer à toutes les dispositions législatives et réglementaires, peu importe si elles relèvent du gouvernement fédéral, provincial ou municipal, applicables à l'acquittement des obligations ou à toute partie de ce dernier, y compris, sans toutefois s'y limiter, toutes les lois concernant la santé et les conditions de travail, ainsi que la protection de l'environnement et il doit exiger que ses sous-traitants s'y conforment.

Sauf indication contraire dans le contrat, le fournisseur doit obtenir tous les permis et détenir les certificats et les licences visant l'acquittement de l'obligation.



De temps à autre, le Musée peut demander au fournisseur de lui présenter une preuve qu'il s'est conformé aux dispositions législatives et réglementaires applicables et qu'il détient tous les permis, certificats et licences nécessaires. Une telle preuve doit être fournie dans les délais impartis en ce qui concerne la demande ou indiqués par ailleurs au contrat.

15 Équipement électrique et électronique

Le fournisseur accepte que tout équipement électrique ou électronique devra porter une étiquette de certification émise par un organisme de certification d'équipement électrique reconnu par le Conseil canadien des normes ou une autorisation spéciale de ministère du Travail du Manitoba. Le fournisseur accepte d'être entièrement responsable d'obtenir les certifications et les autorisations nécessaires et de tous les coûts associés. Le fournisseur reconnaît le besoin potentiel d'avoir à recalibrer les technologies automatisées qui pourraient faire partie du présent contrat ou bon de commande. Le fournisseur accepte d'être entièrement responsable des coûts associés à de tels recalibrages.

16 Aucune promotion de la relation

Toute publicité ou publication liée à ce contrat ou bon de commande doit relever entièrement du pouvoir discrétionnaire du Musée. Sans limiter ce qui précède, le fournisseur ne doit pas profiter de son association avec le Musée ou communiquer directement ou indirectement avec les médias au sujet de ce contrat, de la matière, des résultats attendus ou du contenu devant être utilisé relativement au contrat, ni entreprendre une communication avec le Musée qui constitue, selon ce dernier, une communication spontanée de nature promotionnelle relativement au contrat, sans le consentement écrit préalable du Musée.

17 Violations relatives aux droits de la personne

Durant toute la durée du contrat, le fournisseur sera tenu de divulguer toute accusation au criminel et toute plainte relative aux droits de la personne dont il pourrait faire l'objet, ainsi que le règlement de cette plainte ou accusation. Le Musée se réserve le droit de mettre un terme à l'entente si une plainte/un verdict ou une accusation au criminel/une déclaration de culpabilité devait aller à l'encontre de sa mission et de ses buts.

18 Milieu de travail respectueux / Code d'éthique

Le Musée a pour objectif d'assurer un milieu de travail respectueux et d'inculquer un bon code d'éthique. Les membres du personnel du fournisseur qui interagissent avec les employés, les bénévoles et d'autres entrepreneurs du Musée doivent respecter les concepts et les pratiques décrits dans les politiques connexes du Musée ou dans des politiques semblables en vigueur au sein de l'organisme du fournisseur.

19 Accès à l'information

Le Musée est assujéti à la *Loi sur l'accès à l'information*, telle qu'elle a été modifiée relativement à la protection de l'information placée sous sa garde et sous son contrôle. Conséquemment, tous les documents soumis au Musée en sont susceptibles d'être mis à la disposition du public, sauf si les parties qui les ont fournis demandent qu'ils demeurent confidentiels et qu'ils ne puissent être divulgués conformément aux dispositions de la Loi.

20 Non-renonciation

L'omission par le Musée d'exercer tout droit ou pouvoir accordés par le présent contrat ne constitue pas une renonciation par le Musée de ses droits en tout temps par la suite d'exiger le plein respect des conditions énoncées dans le présent, à moins qu'une telle renonciation ait été constatée par écrit.



21 Genre

Dans le présent contrat, sauf si le contexte exige le contraire, les termes indiquant un sexe comprennent tous les sexes.

22 Force majeure

Le fournisseur ne sera pas tenu responsable de la non-exécution ou d'un retard d'exécution des obligations stipulées dans le présent contrat ou bon de commande pour toute raison indépendante de sa volonté (y compris les incendies, les inondations, les tremblements de terre, les tempêtes, les ouragans ou autres catastrophes naturelles), les guerres, les invasions, les actes d'ennemis étrangers, les conflits de travail, les grèves ou lock-out. Si le fournisseur veut invoquer un cas de force majeure pour justifier la non-exécution ou le retard d'exécution de ses obligations, il doit prouver qu'il a mis en place des mesures raisonnables pour minimiser le retard ou les dommages découlant d'événements prévisibles, qu'il a en grande partie rempli les obligations non exemptées et que le Musée a été avisé en temps opportun de la possibilité de l'événement ou de la survenance de l'événement qui invoque la force majeure.



APPENDICE A FORMULE DE SOUMISSION DE PROPOSITION

Information sur le fournisseur:

Dénomination sociale complète de l'entité présentant la proposition :

Adresse municipale :

Ville :

Province/État :

Code postal/Code Zip :

N° de TPS (le cas échéant):

Personne ressource et coordonnées du fournisseur :

Nom de la personne ressource principale :

Titre:

Numéro de téléphone :

Courriel :

Par la présente, nous déclarons, garantissons et reconnaissons que :

1. Aucune collusion

Cette proposition est préparée par le soussigné sans lien, connaissance, comparaison de chiffres ou entente de quelque nature que ce soit avec toute autre personne susceptible de présenter une soumission pour le même énoncé des travaux et qu'elle est sous tous rapports honnête et exempte de toute collusion ou fraude.

2. Reconnaissance du processus d'acquisition non contraignant

Nous reconnaissons que le processus de DPN sera régi par les modalités de la DPN et que, notamment, ces modalités confirment que ce processus d'acquisition ne constitue pas un processus officiel, juridiquement contraignant (et il est entendu, qu'il ne donne pas lieu à un processus de soumission menant à un contrat A), et aucun lien ni aucune obligation juridique concernant l'acquisition de tout bien ou service ne sont créés entre le fournisseur et le MCDP avant la signature d'une entente écrite par le fournisseur et le MCDP pour la prestation de ces services.

3. Capacité de fournir les résultats attendus

Nous avons examiné soigneusement les documents de la DPN et nous comprenons clairement et parfaitement les services requis.

4. Estimations des prix non contraignantes



Nous avons soumis nos prix conformément aux instructions de la DPN. Nous reconnaissons que tout renseignement inexact, trompeur ou incomplet, y compris le retrait ou la modification de prix, pourrait avoir une incidence défavorable sur l'acceptation de la proposition.

5. Sous-traitants proposés

Les sous-traitants suivants qui ont été proposés ont eu l'occasion de se familiariser avec la DPN.

Nom des sous-traitants proposés	Organisation/Personne?

6. Addendas

Nous reconnaissons que nous avons reçu les addendas suivants et qu'ils ont été pris en compte dans la préparation de la proposition :

N° de l'addenda	En date de

7. Autre information

Nous ne nous sommes fiés à aucune information ni à aucun document fourni par le MCDP ou en son nom, autre que la DPN.

SIGNÉ ET SOUMIS CE

JOUR DE

2016 POUR ET AU NOM DE :

Nom de l'entreprise :	
Nom (en caractères d'imprimerie) :	
Signature :	
Titre :	



APPENDICE B
FORMULE DE PROPOSITION FINANCIÈRE

Le fournisseur doit fournir des estimations de prix pour les travaux qu'il s'attend à réaliser pour chacun des cinq points énumérés à la section A de l'ANNEXE 1.0 – ÉNONCÉ DES TRAVAUX ET DESCRIPTION DES SERVICES.

Type de services	Tarifs horaires
Conception graphique	\$
Photographie	\$
Rédaction	\$
Direction créative	\$
Recherche par groupes de discussion	\$
Recherche générale	\$

Tous les montants figurant dans les propositions doivent être indiqués en dollars canadiens et sont assujettis aux taxes canadiennes applicables.