

Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT) – Préavis d’adjudication de contrat (PAC)

Le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT) a une exigence pour la prestation d’examens indépendants par un tiers, de la publicité du gouvernement du Canada (GC) par rapport aux critères préétablis, étant donné qu’ils sont liés à la définition de communications non partisans décrites dans la [Politique sur les communications et l’image de marque](#).

Le but du présent Préavis d’adjudication de contrat (PAC) est de signaler l’intention du gouvernement d’accorder un contrat à Normes canadiennes de la publicité (NCP). Toutefois, avant d’octroyer un contrat, le gouvernement aimerait offrir à d’autres fournisseurs la possibilité de prouver qu’ils sont capables de répondre aux exigences établies dans le présent préavis, en présentant un énoncé de capacités pendant la période d’affichage de 15 jours civils.

Au cours de la période d’affichage de 15 jours civils, si d’autres fournisseurs éventuels soumettent des énoncés de capacités qui répondent aux exigences établies dans le PAC, le gouvernement entreprendra un processus complet d’appel d’offres au moyen du service d’appels d’offres électroniques du gouvernement ou par des moyens traditionnels afin d’attribuer le contrat.

Si, d’ici à la date de clôture, aucun autre fournisseur ne soumet un énoncé de capacités qui répond aux exigences établies dans le PAC, un contrat sera attribué au fournisseur sélectionné au préalable.

Renseignements généraux

L’objectif du présent projet est de demander à Normes canadiennes de la publicité (NCP) de fournir aux ministères du gouvernement du Canada des examens de leurs éléments créatifs de leurs campagnes publicitaires. Ce serait effectué à l’aide de critères préétablis, qui tiennent compte des exigences non partisans, comme définies dans la Politique sur les communications et l’image de marque du gouvernement du Canada et ses instruments connexes.

Exigences et résultats

NCP examinera les documents créatifs publicitaires ministériels en deux étapes, pour confirmer que tous les éléments répondent à la définition de communications non partisans :

1. Examen initial : un examen d’une version préliminaire des publicités ministérielles, en français ou en anglais, avant que le ministère ou l’organisme n’investisse dans l’élaboration poussée d’éléments créatifs. Cet examen aurait lieu à l’étape du scénario/de l’audiovisuel/de la palette de couleurs dépendamment du format;

2. Examen final : une confirmation des éléments créatifs définitifs, en français et en anglais, avant la diffusion, l’affichage ou la publication des annonces en vue de s’assurer que les éléments créatifs répondent à la définition de communications non partisans.
3. L’entrepreneur doit soumettre les conclusions écrites de ses examens non partisans des publicités du GC à Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC), à l’étape initiale et finale, à l’aide d’un Formulaire d’examen de publicités non partisans aux fins de documentation. Ces documents seront soumis en format électronique par courriel à SPAC dans les trois jours ouvrables suivant la demande d’examen. SPAC acheminera les formulaires remplis aux ministères. Les décisions définitives seront affichées dans Canada.ca.
4. L’entrepreneur doit participer aux réunions trimestrielles entre le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada (SCT) et Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) pour discuter du processus d’examen et d’autres enjeux nouveaux et/ou opérationnels.

Si, pendant l’examen des communications non partisans, l’entrepreneur trouve des préoccupations liées à la non-conformité de la publicité par rapport au Code canadien des normes de la publicité, l’entrepreneur informera SPAC qu’il y a un problème, mais n’effectuera pas une évaluation du respect du Code.

5. L’entrepreneur devra examiner les éléments créatifs de publicité du GC en français et en anglais, et devra, par conséquent, offrir des services dans les deux langues officielles.

Identification de l’entrepreneur

Normes canadiennes de la publicité

175, rue Bloor Est

Bureau 1801

Toronto (Ontario) M4W 3X8

Motif d’adjudication à cet entrepreneur

Normes canadiennes de la publicité constitue un organisme national, sans but lucratif, d’autoréglementation de la publicité qui administre le Code canadien des normes de la publicité – le principal instrument d’autoréglementation de la publicité au Canada. Le Code établit les critères de publicité acceptable et constitue la base de l’examen et de l’adjudication des disputes des consommateurs et de l’industrie liées à la publicité. Le Code s’applique à toutes les publicités placées au Canada.

NCP est appuyé par l’industrie de la publicité et est reconnu par le public comme le seul organisme des normes et de la réglementation de la publicité exerçant au Canada. NCP s’engage à favoriser la confiance de la collectivité et à s’assurer de l’intégrité et de la viabilité de la publicité au moyen d’une autoréglementation responsable de l’industrie.

Le gouvernement du Canada est un membre qui a une bonne réputation auprès de NCP. À titre de membre, le GC peut demander une autorisation préalable par rapport au Code canadien des normes de la publicité, au besoin. Les dispositions du Code sont largement appuyées par l'industrie, et sont conçues pour établir et maintenir des normes d'honnêteté, de véracité, d'exactitude, d'équité et de propriété en publicité. Par conséquent, un examen par rapport aux critères non partisans préétablis serait très semblable à celui d'un examen d'autorisation préalable par rapport au Code.

Durée du contrat

Le contrat proposé est d'une durée de 11 mois, du 13 mai 2017 au 31 mars 2018. Le contrat comprendra également deux (2) périodes d'option d'un an, du 1^{er} avril 2018 au 31 mars 2019, et du 1^{er} avril 2019 au 31 mars 2020.

Coût estimé

Durée du contrat initial : 100 000 \$ par an (TVH comprise)

- Calculé au prorata pour l'année 1 (c'est-à-dire, 11 mois)

Deux autres périodes d'option d'une année par an financée pour 100 000 \$ (TVH comprise)

Coût total estimé

300 000 \$ (TVH comprise)