



**RETURN BIDS TO:  
RETOURNER LES SOUMISSIONS À:**

**Bid Receiving - PWGSC / Réception des  
soumissions - TPSGC**

**11 Laurier St. / 11, rue Laurier**

**Place du Portage, Phase III**

**Core 0B2 / Noyau 0B2**

**Gatineau**

**Québec**

**K1A 0S5**

**Bid Fax: (819) 997-9776**

**REQUEST FOR PROPOSAL  
DEMANDE DE PROPOSITION**

**Proposal To: Public Works and Government  
Services Canada**

We hereby offer to sell to Her Majesty the Queen in right of Canada, in accordance with the terms and conditions set out herein, referred to herein or attached hereto, the goods, services, and construction listed herein and on any attached sheets at the price(s) set out therefor.

**Proposition aux: Travaux Publics et Services  
Gouvernementaux Canada**

Nous offrons par la présente de vendre à Sa Majesté la Reine du chef du Canada, aux conditions énoncées ou incluses par référence dans la présente et aux annexes ci-jointes, les biens, services et construction énumérés ici sur toute feuille ci-annexée, au(x) prix indiqué(s).

**Comments - Commentaires**

**Vendor/Firm Name and Address**

**Raison sociale et adresse du**

**fournisseur/de l'entrepreneur**

**Issuing Office - Bureau de distribution**

Communication Procurement Directorate/Direction de  
l'approvisionnement en communication

360 Albert St. / 360, rue Albert

12th Floor / 12ième étage

Ottawa

Ontario

K1A 0S5

<b>Title - Sujet</b> Unité de publicité en ligne SPAC		
<b>Solicitation No. - N° de l'invitation</b> EP361-180308/A	<b>Date</b> 2017-06-29	
<b>Client Reference No. - N° de référence du client</b> EP361-180308		
<b>GETS Reference No. - N° de référence de SEAG</b> PW-\$\$CZ-025-73059		
<b>File No. - N° de dossier</b> cz025.EP361-180308	<b>CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME</b>	
<b>Solicitation Closes - L'invitation prend fin</b> <b>at - à 02:00 PM</b> <b>on - le 2017-07-18</b>		<b>Time Zone</b> <b>Fuseau horaire</b> Eastern Daylight Saving Time EDT
<b>F.O.B. - F.A.B.</b> <b>Plant-Usine:</b> <input type="checkbox"/> <b>Destination:</b> <input type="checkbox"/> <b>Other-Autre:</b> <input type="checkbox"/>		
<b>Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à:</b> Schou, Christian		<b>Buyer Id - Id de l'acheteur</b> cz025
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> (613) 995-2278 ( )		<b>FAX No. - N° de FAX</b> (613) 949-1281
<b>Destination - of Goods, Services, and Construction:</b> <b>Destination - des biens, services et construction:</b> DEPARTMENT OF PUBLIC WORKS AND GOVERNMENT SERVICES CANADA 4TH FL. 350 ALBERT ST. OTTAWA Ontario K1A0S5 Canada		

**Instructions: See Herein**

**Instructions: Voir aux présentes**

<b>Delivery Required - Livraison exigée</b> See Herein	<b>Delivery Offered - Livraison proposée</b>
<b>Vendor/Firm Name and Address</b> <b>Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur</b>	
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> <b>Facsimile No. - N° de télécopieur</b>	
<b>Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/Firm</b> <b>(type or print)</b> <b>Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/ de l'entrepreneur (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)</b>	
<b>Signature</b>	<b>Date</b>

## **TABLE DES MATIÈRES**

### **PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

1. Introduction
2. Sommaire
3. Compte rendu

### **PARTIE 2 – INSTRUCTION A L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES**

1. Instructions, clauses et conditions uniformisées
2. Présentation des soumissions
3. Ancien fonctionnaire
4. Demandes de renseignements – en période de soumission
5. Lois applicables
6. Fondement du titre du Canada sur les droits de propriété intellectuelle

### **PARTIE 3 – INSTRUCTION POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS**

1. Instruction pour la préparation des soumissions

### **PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION**

1. Procédures d'évaluation
2. Méthode de sélection

### **PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES**

1. Attestations préalables à l'attribution du contrat et renseignements supplémentaires

### **PARTIE 6 – EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ, EXIGENCES FINANCIÈRES ET AUTRES EXIGENCES**

1. Capacité financière

### **PARTIE 7 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT**

1. Énoncé des travaux
2. Clauses et conditions uniformisées
3. Durée du contrat
4. Responsables
5. Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires
6. Paiement
7. Instructions relatives à la facturation
8. Attestations et renseignements supplémentaires
9. Lois applicables
10. Ordre de priorité des documents
11. Assurances
12. Clause restrictive
13. Intérêts conflictuels

**LIST OF ANNEXES**

- Annex "A" Énoncé des travaux
- Annex "B" Base de paiement
- Annex "C" Formulaire d'autorisation de taches
- Annex "D" Instrument de paiement électronique
- Annex "E" Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation
- Annex "F" Évaluation technique et financière
- Annex "G" Grille d'évaluation

## **PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

### **1.1 Introduction**

La demande de soumissions contient sept parties, ainsi que des pièces jointes et des annexes, et elle est divisée comme suit:

Partie 1	Renseignements généraux : renferme une description générale du besoin;
Partie 2	Instructions à l'intention des soumissionnaires : renferme les instructions, clauses et conditions relatives à la demande de soumissions;
Partie 3	Instructions pour la préparation des soumissions : donne aux soumissionnaires les instructions pour préparer leur soumission;
Partie 4	Procédures d'évaluation et méthode de sélection : décrit la façon selon laquelle se déroulera l'évaluation et présente les critères d'évaluation auxquels on doit répondre dans la soumission, ainsi que la méthode de sélection;
Partie 5	Attestations et renseignements supplémentaires: comprend les attestations et les renseignements supplémentaires à fournir;
Partie 6	Exigences relatives à la sécurité, exigences financières et autres exigences : comprend des exigences particulières auxquelles les soumissionnaires doivent répondre; et
Partie 7	Clauses du contrat subséquent: contient les clauses et les conditions qui s'appliqueront à tout contrat subséquent.

Les annexes comprennent l'Énoncé des travaux, la Base de paiement, le formulaire d'Autorisation de tâches, l'instrument de paiement électronique, le Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation, l'Évaluation technique et financière, et la Grille d'évaluation.

### **1.2 Sommaire**

L'Unité de la publicité en ligne de Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) a besoin des services d'une entreprise de conception numérique et de production pour offrir des services de communication numériques afin d'appuyer une vaste gamme d'activités de communications gouvernementales sur divers sujets. La publicité repose sur des moyens numériques et des médias sociaux; elle vise des Canadiens et d'autres intervenants, localement, régionalement, nationalement et, dans certains cas, internationalement, selon la campagne. Les services comprennent la gestion de comptes, le développement créatif et stratégique, la gestion de la production (sur les plans créatif et technique), les stratégies de mobilisation numérique et plus, à l'appui des campagnes de publicité numérique.

La période du contrat sera en vigueur de l'attribution jusqu'au 30 juin 2018, et sera assortie de deux (2) périodes optionnelles d'une (1) année chacune, selon les mêmes conditions.

Pour les besoins de services, les soumissionnaires qui touchent une pension ou qui ont reçu un paiement forfaitaire, doivent fournir les renseignements demandés, tel que décrit à l'article 3 de la Partie 2 de la demande de soumissions.

Ce besoin est limité aux produits et(ou) services canadiens.

Une exigence du Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi est associée au présent besoin; veuillez-vous référer à la Partie 5 - Attestations, Partie 7 - Clauses du contrat subséquent et l'annexe intitulée Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation.

### **1.3 Compte rendu**

Les soumissionnaires peuvent demander un compte rendu des résultats du processus de demande de soumissions. Les soumissionnaires devraient en faire la demande à l'autorité contractante dans les 15 jours ouvrables suivant la réception des résultats du processus de demande de soumissions. Le compte rendu peut être fourni par écrit, par téléphone ou en personne.

## **PARTIE 2 - INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES**

### **2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées**

Toutes les instructions, clauses et conditions identifiées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans le [Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat](https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisees-d-achat) (<https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisees-d-achat>) publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

Les soumissionnaires qui présentent une soumission s'engagent à respecter les instructions, les clauses et les conditions de la demande de soumissions, et acceptent les clauses et les conditions du contrat subséquent.

Le document [2003](#) (2017-04-27) Instructions uniformisées – biens ou services - besoins concurrentiels, est incorporé par renvoi dans la demande de soumissions et en fait partie intégrante.

Le paragraphe 5.4 du document [2003](#), Instructions uniformisées - biens ou services - besoins concurrentiels, est modifié comme suit :

Supprimer : 60 jours

Insérer: 150 jours

### **2.2 Présentation des soumissions**

Les soumissions doivent être présentées uniquement au Module de réception des soumissions de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) au plus tard à la date, à l'heure et à l'endroit indiqués à la page 1 de la demande de soumissions.

En raison du caractère de la demande de soumissions, les soumissions transmises par télécopieur et par courriel à l'intention de TPSGC ne seront pas acceptées.

### 2.3 Ancien fonctionnaire

Les contrats attribués à des anciens fonctionnaires qui touchent une pension ou qui ont reçu un paiement forfaitaire doivent résister à l'examen scrupuleux du public et constituer une dépense équitable des fonds publics. Afin de respecter les politiques et les directives du Conseil du Trésor sur les contrats attribués à des anciens fonctionnaires, les soumissionnaires doivent fournir l'information exigée ci-dessous avant l'attribution du contrat. Si la réponse aux questions et, s'il y a lieu les renseignements requis, n'ont pas été fournis par le temps où l'évaluation des soumissions est complétée, le Canada informera le soumissionnaire du délai à l'intérieur duquel l'information doit être fournie. Le défaut de se conformer à la demande du Canada et satisfaire à l'exigence dans le délai prescrit rendra la soumission non recevable.

#### Définition

Aux fins de cette clause, « ancien fonctionnaire » signifie tout ancien employé d'un ministère au sens de la *Loi sur la gestion des finances publiques*, L.R., 1985, ch. F-11, un ancien membre des Forces armées canadiennes ou de la Gendarmerie royale du Canada. Un ancien fonctionnaire peut être :

- a) un individu;
- b) un individu qui s'est incorporé;
- c) une société de personnes constituée d'anciens fonctionnaires; ou
- d) une entreprise à propriétaire unique ou une entité dans laquelle la personne visée détient un intérêt important ou majoritaire.

« période du paiement forfaitaire » signifie la période mesurée en semaines de salaire à l'égard de laquelle un paiement a été fait pour faciliter la transition vers la retraite ou vers un autre emploi par suite de la mise en place des divers programmes visant à réduire la taille de la fonction publique. La période du paiement forfaitaire ne comprend pas la période visée par l'allocation de fin de services, qui se mesure de façon similaire.

« pension » signifie une pension ou une allocation annuelle versée en vertu de la *Loi sur la pension de la fonction publique* (LPFP), L.R., 1985, ch. P-36, et toute augmentation versée en vertu de la *Loi sur les prestations de retraite supplémentaires*, L.R., 1985, ch. S-24, dans la mesure où elle touche la LPFP. La pension ne comprend pas les pensions payables conformément à la *Loi sur la pension de retraite des Forces canadiennes*, L.R., 1985, ch. C-17, à la Loi sur la continuation de la pension des services de défense, 1970, ch. D-3, à la Loi sur la continuation des pensions de la Gendarmerie royale du Canada, 1970, ch. R-10, et à la Loi sur la pension de retraite de la Gendarmerie royale du Canada, L.R., 1985, ch. R-11, à la Loi sur les allocations de retraite des parlementaires, L.R., 1985, ch. M-5, et à la partie de la pension versée conformément à la Loi sur le Régime de pensions du Canada, L.R., 1985, ch. C-8.

#### Ancien fonctionnaire touchant une pension

Selon les définitions ci-dessus, est-ce que le soumissionnaire est un ancien fonctionnaire touchant une pension? **Oui ( ) Non ( )**

Si oui, le soumissionnaire doit fournir l'information suivante pour tous les anciens fonctionnaires touchant une pension, le cas échéant :

- a) le nom de l'ancien fonctionnaire;
- b) la date de cessation d'emploi dans la fonction publique ou de la retraite.

En fournissant cette information, les soumissionnaires acceptent que le statut du soumissionnaire retenu, en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la LPFP, soit publié dans les rapports de divulgation proactive des marchés, sur les sites Web des ministères, et ce conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2 et les Lignes directrices sur la divulgation des marchés.

#### **Directive sur le réaménagement des effectifs**

Est-ce que le soumissionnaire est un ancien fonctionnaire qui a reçu un paiement forfaitaire en vertu de la Directive sur le réaménagement des effectifs? **Oui** ( ) **Non** ( )

Si oui, le soumissionnaire doit fournir l'information suivante :

- a) le nom de l'ancien fonctionnaire;
- b) les conditions de l'incitatif versé sous forme de paiement forfaitaire;
- c) la date de la cessation d'emploi;
- d) le montant du paiement forfaitaire;
- e) le taux de rémunération qui a servi au calcul du paiement forfaitaire;
- f) la période correspondant au paiement forfaitaire, incluant la date du début, d'achèvement et le nombre de semaines;
- g) nombre et montant (honoraires professionnels) des autres contrats assujettis aux conditions d'un programme de réaménagement des effectifs.

Pour tous les contrats attribués pendant la période du paiement forfaitaire, le montant total des honoraires qui peut être payés à un ancien fonctionnaire qui a reçu un paiement forfaitaire est limité à 5 000 \$, incluant les taxes applicables.

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

#### **2.4 Demandes de renseignements - en période de soumission**

Toutes les demandes de renseignements doivent être présentées par écrit à l'autorité contractante au moins cinq (5) jours civils avant la date de clôture des soumissions. Pour ce qui est des demandes de renseignements reçues après ce délai, il est possible qu'on ne puisse pas y répondre.

Les soumissionnaires devraient citer le plus fidèlement possible le numéro de l'article de la demande de soumissions auquel se rapporte la question et prendre soin d'énoncer chaque question de manière suffisamment détaillée pour que le Canada puisse y répondre avec exactitude. Les demandes de renseignements techniques qui ont un caractère exclusif doivent porter clairement la mention « exclusif » vis-à-vis de chaque article pertinent. Les éléments portant la mention « exclusif » feront l'objet d'une discrétion absolue, sauf dans les cas où le Canada considère que la demande de renseignements n'a pas un caractère exclusif. Dans ce cas, le Canada peut réviser les questions ou peut demander au soumissionnaire de le faire, afin d'en éliminer le caractère exclusif, et permettre la transmission des réponses à tous les soumissionnaires. Le Canada peut ne pas répondre aux demandes de renseignements dont la formulation ne permet pas de les diffuser à tous les soumissionnaires.

## **2.5 Lois applicables**

Tout contrat subséquent sera interprété et régi selon les lois en vigueur en Ontario, et les relations entre les parties seront déterminées par ces lois.

À leur discrétion, les soumissionnaires peuvent indiquer les lois applicables d'une province ou d'un territoire canadien de leur choix, sans que la validité de leur soumission ne soit mise en question, en supprimant le nom de la province ou du territoire canadien précisé et en insérant le nom de la province ou du territoire canadien de leur choix. Si aucun changement n'est indiqué, cela signifie que les soumissionnaires acceptent les lois applicables indiquées.

## **2.6 Fondement du titre du Canada sur les droits de propriété intellectuelle**

SPAC a déterminé que tout droit de propriété intellectuelle découlant de l'exécution des travaux prévus par le contrat subséquent appartiendra au Canada, pour les motifs suivants : lorsque le matériel créé ou conçu se compose de matériel protégé par le droit d'auteur, sauf dans le cas des logiciels informatiques et de la documentation s'y rapportant.

# **PARTIE 3 - INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS**

## **3.1 Instructions pour la préparation des soumissions**

Le Canada demande que les soumissionnaires fournissent leur soumission en sections distinctes, comme suit :

- Section I : Soumission technique (4 copies papier et une copie électronique sur USB)
- Section II : Soumission financière (1 copie papier)
- Section III : Attestations (1 copie papier)

En cas d'incompatibilité entre le libellé de la copie électronique et de la copie papier, le libellé de la copie papier l'emportera sur celui de la copie électronique.

Les prix doivent figurer dans la soumission financière seulement. Aucun prix ne doit être indiqué dans une autre section de la soumission.

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions de présentation décrites ci-après pour préparer leur soumission :

- a) utiliser du papier de 8,5 po x 11 po (216 mm x 279 mm);
- b) utiliser un système de numérotation correspondant à celui de la demande de soumissions.

En avril 2006, le Canada a approuvé une politique exigeant que les agences et ministères fédéraux prennent les mesures nécessaires pour incorporer les facteurs environnementaux dans le processus d'approvisionnement Politique d'achats écologiques (<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ecologisation-greening/achats-procurement/politique-policy-fra.html>). Pour aider le Canada à atteindre ses objectifs, les soumissionnaires devraient :

- a) utiliser du papier de 8,5 po x 11 po (216 mm x 279 mm) contenant des fibres certifiées provenant d'un aménagement forestier durable et contenant au moins 30 % de matières recyclées; et
- b) utiliser un format qui respecte l'environnement: impression noir et blanc, recto-verso/à double face, broché ou agrafé, sans reliure Cerlox, reliure à attaches ni reliure à anneaux.



### **Section I: Soumission technique**

Dans leur soumission technique, les soumissionnaires devraient démontrer leur compréhension des exigences contenues dans la demande de soumissions et expliquer comment ils répondront à ces exigences. Les soumissionnaires devraient démontrer leur capacité et décrire l'approche de façon complète, concise et claire pour effectuer les travaux.

La soumission technique devrait traiter clairement et de manière suffisamment approfondie des points faisant l'objet des critères d'évaluation en fonction desquels la soumission sera évaluée. Il ne suffit pas de reprendre simplement les énoncés contenus dans la demande de soumissions. Afin de faciliter l'évaluation de la soumission, le Canada demande que les soumissionnaires reprennent les sujets dans l'ordre des critères d'évaluation, sous les mêmes rubriques. Pour éviter les recoupements, les soumissionnaires peuvent faire référence à différentes sections de leur soumission en indiquant le numéro de l'alinéa et de la page où le sujet visé est déjà traité.

### **Section II : Soumission financière**

Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière en conformité avec la base de paiement reproduite à l'annexe « B ». Le montant total des taxes applicables doit être indiqué séparément.

#### Paiement électronique de factures – soumission

Si vous êtes disposés à accepter le paiement de factures au moyen d'instruments de paiement électronique, compléter l'annexe « D » Instruments de paiement électronique, afin d'identifier lesquels sont acceptés.

Si l'annexe « D » Instruments de paiement électronique n'a pas été complétée, il sera alors convenu que le paiement de factures au moyen d'instruments de paiement électronique ne sera pas accepté.

L'acceptation des instruments de paiement électronique ne sera pas considérée comme un critère d'évaluation.

### **Section III : Attestations**

Les soumissionnaires doivent présenter les attestations exigées à la Partie 5.

## **PARTIE 4 - PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION**

### **4.1 Procédures d'évaluation**

- a) Les soumissions seront évaluées par rapport à l'ensemble des exigences de la demande de soumissions, incluant les critères d'évaluation techniques et financiers.
- b) Une équipe d'évaluation composée de représentants du Canada évaluera les soumissions.

#### **4.1.1 Évaluation technique**

Les critères techniques obligatoires et les critères techniques cotés sont inclus dans l'annexe « F ».

#### **4.1.2 Évaluation financière**

L'évaluation financière est inclus dans l'annexe « F »

#### **4.2 Méthode de sélection**

1. Pour être déclarée recevable, une soumission doit :
  - (a) respecter toutes les exigences de la demande de soumissions;
  - (b) satisfaire à tous les critères obligatoires; et
  - (c) obtenir le nombre minimal de points pour le seuil de passage requis pour l'évaluation technique pour chaque critère.

L'échelle de cotation compte 400 points.

Les soumissions qui ne répondent pas aux exigences (a) ou (b) ou (c) seront déclarées non recevables.

2. L'évaluation sera faire en fonction du meilleur résultat global sur le plan du mérite technique et du prix. Une proportion de 70% sera accordée au mérite technique et une proportion de 30% sera accordée au prix.
3. Afin de déterminer la note pour le mérite technique, la note technique globale de chaque soumission recevable sera calculée comme suit : le nombre total de points obtenus sera divisé par le nombre total de points pouvant être accordés, puis multiplié par 70%.
4. Afin de déterminer la note pour le prix chaque soumission recevable sera évaluée proportionnellement au prix évalué le plus bas et selon le ratio de 30%.
5. Pour chaque soumission recevable, la cotation du mérite technique et la cotation du prix seront ajoutées pour déterminer la note combinée.

La soumission recevable ayant obtenu le plus de points ou celle ayant le prix évalué le plus bas ne sera pas nécessairement choisie. La soumission recevable qui obtiendra la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du contrat.

#### **PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES**

Les soumissionnaires doivent fournir les attestations et les renseignements connexes exigés pour qu'un contrat leur soit attribué.

Les attestations que les soumissionnaires remettent au Canada peuvent faire l'objet d'une vérification à tout moment par le Canada. Le Canada déclarera une soumission non recevable, ou à un manquement de la part de l'entrepreneur à l'une de ses obligations prévues au contrat, s'il est établi qu'une attestation du soumissionnaire est fausse, sciemment ou non, que ce soit pendant la période d'évaluation des soumissions, ou pendant la durée du contrat.

L'autorité contractante aura le droit de demander des renseignements supplémentaires pour vérifier les attestations du soumissionnaire. À défaut de répondre et de coopérer à toute demande ou exigence imposée par l'autorité contractante, la soumission peut être déclarée non recevable, ou constituer un manquement aux termes du contrat.

##### **5.1 Attestations exigées avec la soumission**

Les soumissionnaires doivent fournir les attestations suivantes dûment remplies avec leur soumission.

### 5.1.1 Dispositions relatives à l'intégrité - déclaration de condamnation à une infraction

Conformément à la Politique d'inadmissibilité et de suspension (<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ci-if/politique-policy-fra.html>), le soumissionnaire doit présenter la documentation exigée, s'il y a lieu, afin que sa soumission ne soit pas rejetée du processus d'approvisionnement.

### 5.2 Attestations préalables à l'attribution du contrat et renseignements supplémentaires

Les attestations et les renseignements supplémentaires énumérés ci-dessous devraient être remplis et fournis avec la soumission mais ils peuvent être fournis plus tard. Si l'une de ces attestations ou renseignements supplémentaires ne sont pas remplis et fournis tel que demandé, l'autorité contractante informera le soumissionnaire du délai à l'intérieur duquel les renseignements doivent être fournis. À défaut de fournir les attestations ou les renseignements supplémentaires énumérés ci-dessous dans le délai prévu, la soumission sera déclarée non recevable.

#### 5.2.1 Dispositions relatives à l'intégrité – documentation exigée

Conformément à la Politique d'inadmissibilité et de suspension (<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ci-if/politique-policy-fra.html>), le soumissionnaire doit présenter la documentation exigée, s'il y a lieu, afin que sa soumission ne soit pas rejetée du processus d'approvisionnement.

#### 5.2.2 Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation de soumission

En présentant une soumission, le soumissionnaire atteste que le soumissionnaire, et tout membre de la coentreprise si le soumissionnaire est une coentreprise, n'est pas nommé dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF » du Programme de contrats fédéraux (PCF) pour l'équité en matière d'emploi disponible au bas de la page du site Web d'Emploi et Développement social Canada (EDSC) – Travail ([http://www.edsc.gc.ca/fr/emplois/milieu\\_travail/droits\\_personne/equite\\_emploi/programme\\_contrats\\_federaux.page?&\\_ga=1.152490553.1032032304.1454004848](http://www.edsc.gc.ca/fr/emplois/milieu_travail/droits_personne/equite_emploi/programme_contrats_federaux.page?&_ga=1.152490553.1032032304.1454004848)).

Le Canada aura le droit de déclarer une soumission non recevable si le soumissionnaire, ou tout membre de la coentreprise si le soumissionnaire est une coentreprise, figure dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF » au moment de l'attribution du contrat.

Le Canada aura aussi le droit de résilier le contrat pour manquement si l'entrepreneur, ou tout membre de la coentreprise si l'entrepreneur est une coentreprise, figure dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF » pendant la durée du contrat.

Le soumissionnaire doit fournir à l'autorité contractante l'annexe « E » Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation remplie avant l'attribution du contrat. Si le soumissionnaire est une coentreprise, il doit fournir à l'autorité contractante l'annexe Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation remplie pour chaque membre de la coentreprise.

### 5.3 Attestations additionnelles préalables à l'attribution du contrat

#### 5.3.1 Attestation du contenu canadien

Cet achat est limité aux services canadiens.

Le soumissionnaire atteste que :

( ) le service offert est un service canadien tel qu'il est défini au paragraphe 2 de la clause A3050T.

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

5.3.1.1 Clause du Guide des CCUA [A3050T](#) (2014-11-27), Définition du contenu canadien

#### 5.3.2 Statut et disponibilité du personnel

5.3.2.1 Clause du Guide des CCUA [A3005T](#) (2010-08-16), Statut et disponibilité du personnel

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

#### 5.3.3 Études et expérience

5.3.3.1 Clause du Guide des CCUA [A3010T](#) (2010-08-16), Études et expérience

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

#### 5.3.4 Capacité des ressources

Le soumissionnaire ou le consortium certifie qu'il a les ressources, à l'interne ou accès à l'externe, capable de rencontrer les rôles et responsabilités (tel que décrit à l'annexe A, Énoncé des travaux) des catégories de services suivantes:

- Gestion de comptes – Ressource(s) doivent avoir un minimum de trois (3) ans d'expérience dans cette catégorie clé de service
- Services de planification stratégique – Ressource(s) doivent avoir un minimum de trois (3) ans d'expérience dans cette catégorie clé de service
- Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques – Ressource(s) doivent avoir un minimum de trois (3) ans d'expérience dans cette catégorie clé de service
- Services de production et de direction créative – Ressource(s) doivent avoir un minimum de trois (3) ans d'expérience dans cette catégorie clé de service
- Coordination des comptes
- Design graphique
- Conception interactive numérique
- Rédaction (en français et en anglais)
- Révision (en français et en anglais)
- Traduction et adaptation
- Correction d'épreuves (en français et en anglais)
- Gestion de la production
- Services de coordination de la production
- Répartition des actifs numériques (à l'AOR pour le routage des médias)

( ) OUI ( ) NON

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

### PART 6 - EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ, EXIGENCES FINANCIÈRES ET AUTRES EXIGENCES

#### 6.1 Capacité financière

Clause du Guide des CUA [A9033T](#) (2012-07-16) Capacité financière

## PARTIE 7 - CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

Les clauses et conditions suivantes s'appliquent à tout contrat subséquent découlant de la demande de soumissions et en font partie intégrante.

### 7.1 Énoncé des travaux

L'entrepreneur doit accomplir le travail en accord avec l'énoncé des travaux de l'annexe "A".

#### 7.1.2 Autorisation de tâches

La totalité ou une partie des travaux du contrat seront réalisés sur demande, au moyen d'une autorisation de tâches. Les travaux décrits dans l'autorisation de tâches doivent être conformes à la portée du contrat.

##### 7.1.2.1 Processus d'autorisation des tâches

1. Le *responsable du projet* fournira à l'entrepreneur une description des tâches au moyen du formulaire « Autorisation de tâches » de l'annexe C.
2. Le formulaire d'autorisation de tâche (AT) comprendra les détails des activités à exécuter, une description des produits à livrer et un calendrier indiquant les dates d'achèvement des activités principales ou les dates de livraison des produits livrables. L'AT comprendra également les bases et les méthodes de paiement applicables, comme le précise le contrat.
3. Dans les trois (3) jours civils suivant la réception de l'AT, l'entrepreneur doit fournir au *responsable du projet* le coût total estimatif proposé pour l'exécution des tâches et une ventilation de ce coût, établie conformément à la Base de paiement du contrat.
4. L'entrepreneur ne doit pas commencer les travaux avant la réception de l'AT autorisée par *responsable du projet*. L'entrepreneur reconnaît qu'avant la réception d'une AT le travail effectué sera à ses propres risques.

##### 7.1.2.2 Limite d'autorisation de tâches

Le responsable du projet peut autoriser les autorisations de tâches individuelles jusqu'à une limite de 100 000 \$, les taxes applicables incluses, y compris toutes révisions.

Une autorisation de tâches qui dépasserait cette limite doit être autorisée par le responsable du projet et avant d'être émise.

##### 7.1.2.3 Garantie des travaux minimums - Tous les travaux - d'autorisations de tâches

1. Dans cette clause, « valeur maximale du contrat » signifie le montant indiqué à la clause « Limite des dépenses » énoncée dans le contrat; et « valeur minimale du contrat » signifie 10 000\$.
2. L'obligation du Canada en vertu du contrat consiste à demander des travaux jusqu'à concurrence de la valeur minimale du contrat ou, au choix du Canada, de payer l'entrepreneur à la fin du contrat conformément au paragraphe 3. En contrepartie de cette obligation, l'entrepreneur convient de se tenir prêt, pendant toute la durée du contrat, à exécuter les travaux décrits dans le contrat. La responsabilité maximale du Canada à l'égard des travaux exécutés dans le cadre du contrat ne doit pas dépasser la valeur maximale du contrat, à moins d'une augmentation autorisée par écrit par l'autorité contractante.
3. Si le Canada ne demande pas de travaux pour un montant correspondant à la valeur minimale du contrat pendant la période du contrat, le Canada paiera à l'entrepreneur la différence entre la valeur minimale du contrat et le coût total des travaux demandés.

4. Si le Canada résilie le contrat en totalité ou en partie pour inexécution, le Canada n'assumera aucune obligation envers l'entrepreneur en vertu de cette clause.

## **7.2 Clauses et conditions uniformisées**

Toutes les clauses et conditions identifiées dans le contrat par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans le [Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat](https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-d'achat)(<https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisees-d-achat>) publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

### **7.2.1 Conditions générales**

2035 (2016-04-04), Conditions générales - besoins plus complexes de services, s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

## **7.3 Durée du contrat**

### **7.3.1 Période du contrat**

La période du contrat est à partir de la date du contrat jusqu'au 30 juin, 2018 inclusivement.

### **7.3.2 Option de prolongation du contrat**

L'entrepreneur accorde au Canada l'option irrévocable de prolonger la durée du contrat pour au plus de deux (2) périodes supplémentaires d'une (1) année chacune, selon les mêmes conditions.

L'entrepreneur accepte que pendant la période prolongée du contrat, il sera payé conformément aux dispositions applicables prévues à la Base de paiement.

Le Canada peut exercer cette option à n'importe quel moment, en envoyant un avis écrit à l'entrepreneur au moins quinze (15) jours civils avant la date d'expiration du contrat. Cette option ne pourra être exercée que par l'autorité contractante et sera confirmée, pour des raisons administratives seulement, par une modification au contrat.

## **7.4 Responsables**

### **7.4.1 Autorité contractante**

L'autorité contractante pour le contrat est:

Nom : Christian Schou

Services publics et approvisionnement Canada, Direction générale des approvisionnements

Adresse : 360 Rue Albert, 12<sup>ième</sup> étage, Ottawa ON, K1A 0S5

Téléphone : 613-995-2278

Courriel : [christian.schou@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:christian.schou@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

L'autorité contractante est responsable de la gestion du contrat, et toute modification doit être autorisée par écrit par l'autorité contractante. L'entrepreneur ne doit pas effectuer de travaux dépassant la portée du contrat ou des travaux qui n'y sont pas prévus, suite à des demandes ou instructions verbales ou écrites de toute personne autre que l'autorité contractante.

#### **7.4.2 Chargé de projet (à insérer à l'attribution du contrat)**

Le chargé de projet pour le contrat est :

Nom : \_\_\_\_\_

Titre : \_\_\_\_\_

Organisation : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_ - \_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

Le chargé de projet représente le ministère ou l'organisme pour lequel les travaux sont exécutés en vertu du contrat. Il est responsable de toutes les questions liées au contenu technique des travaux prévus dans le contrat. On peut discuter des questions techniques avec le chargé de projet; cependant, celui-ci ne peut pas autoriser les changements à apporter à l'énoncé des travaux. De tels changements peuvent être effectués uniquement au moyen d'une modification au contrat émise par l'autorité contractante.

#### **7.4.3 Représentant de l'entrepreneur (à insérer à l'attribution du contrat)**

Le représentant de l'entreprise est :

Nom : \_\_\_\_\_

Titre : \_\_\_\_\_

Organisation : \_\_\_\_\_

Adresse : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_ - \_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

Courriel : \_\_\_\_\_

#### **7.5 Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires**

En fournissant de l'information sur son statut en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la *Loi sur la pension de la fonction publique* (LPFP), l'entrepreneur a accepté que cette information soit publiée sur les sites Web des ministères, dans le cadre des rapports de divulgation proactive des marchés, et ce, conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

#### **7.6 Paiement**

##### **7.6.1 Base de paiement**

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts qu'il a engagés raisonnablement et convenablement dans l'exécution des travaux décrits dans l'autorisation de tâches (AT) approuvée, comme ils ont été déterminés conformément à la base de paiement l'annexe « B », jusqu'à la limite des dépenses indiquée dans l'AT approuvée.

La responsabilité du Canada envers l'entrepreneur en vertu de l'AT approuvée ne doit pas dépasser la limitation des dépenses indiquée dans l'AT approuvée. Les droits de douane sont exclus et les taxes applicables sont en sus.



Aucune augmentation de la responsabilité totale du Canada ou du prix des travaux précisés dans toute AT approuvée découlant de tout changement à la conception, ou de toute modification ou interprétation des travaux, ne sera autorisée ou payée à l'entrepreneur, à moins que ces changements à la conception, ces modifications ou ces interprétations n'aient été approuvés, par écrit, par l'autorité contractante avant d'être intégrés aux travaux.

#### **7.6.2 Limite des dépenses - Total cumulatif de toutes les autorisations de tâches**

1. La responsabilité totale du Canada envers l'entrepreneur dans le cadre du contrat pour toutes les autorisations de tâches autorisées, y compris toutes révisions, ne doit pas dépasser la somme de \_\_\_\_\_ \$ (*à insérer à l'attribution du contrat*). Les droits de douane sont exclus et les taxes applicables sont en sus.
2. Aucune augmentation de la responsabilité totale du Canada ne sera autorisée ou payée à l'entrepreneur, à moins qu'une augmentation ait été approuvée, par écrit, par l'autorité contractante.
3. L'entrepreneur doit informer, par écrit, l'autorité contractante concernant la suffisance de cette somme :
  - a) lorsque 75 p. 100 de la somme est engagée, ou
  - b) quatre (4) mois avant la date d'expiration du contrat, ou
  - c) dès que l'entrepreneur juge que la somme est insuffisante pour l'achèvement des travaux requis dans le cadre des autorisations de tâches, y compris toutes révisions, selon la première de ces conditions à se présenter.
4. Lorsqu'il informe l'autorité contractante que les fonds du contrat sont insuffisants, l'entrepreneur doit lui fournir par écrit une estimation des fonds additionnels requis. La présentation de cette information par l'entrepreneur n'augmente pas la responsabilité du Canada à son égard.

#### **7.6.3 Méthodes de paiement**

##### **7.6.3.1 Paiement mensuel**

Clause du *Guide des CCUA* H1008C(2008/05/12), Paiement mensuel

#### **7.6.4 Clauses du Guide des CCUA**

Clause du Guide des CCUA A9117C (2007-11-30) T1204 - demande directe du ministère client

#### **7.6.5 Paiement électronique de factures – contrat**

*S'il y a lieu, lorsque le paiement de factures pourra être effectué au moyen d'instruments électroniques de paiement. Se référer à l'annexe « D » Instruments de paiement électronique, dans laquelle le soumissionnaire indique les instruments électroniques de paiement qui sont acceptés.*

*Les agents de négociation des contrats doivent reproduire ci-dessous, l'information tirée de l'annexe « D » Instruments de paiement électronique, dans laquelle ont été identifiés par l'entrepreneur, les instruments de paiement électronique acceptés, et renuméroter en conséquence.*

L'entrepreneur accepte d'être payé au moyen de l'un des instruments de paiement électronique suivants :

- a. Carte d'achat Visa ;
- b. Carte d'achat MasterCard ;
- c. Dépôt direct (national et international) ;
- d. Échange de données informatisées (EDI) ;
- e. Virement télégraphique (international seulement) ;

#### **7.6.6 Vérification discrétionnaire des comptes**

Clause du Guide des CUA C0705C (2010-01-11), Vérification discrétionnaire des comptes

#### **7.6.7 Vérification du temps**

Clause du Guide des CUA C0711C (2008-05-12), Vérification du temps

#### **7.7 Instructions relatives à la facturation**

1. L'entrepreneur doit soumettre ses factures conformément à l'article intitulé « Présentation des factures » des conditions générales. Les factures ne doivent pas être soumises avant que tous les travaux identifiés sur la facture soient complétés.

Chaque facture doit être appuyée par :

- a) les catégories de services et les noms du personnel, le nombre d'heures par catégorie et les taux horaires;
- b) une copie des feuilles de temps pour corroborer le temps de travail réclamé;
- c) une copie du document de sortie et de tout autre document tel qu'il est spécifié au contrat;
- d) une copie des factures, reçus, pièces justificatives pour tous les frais directs, toutes les dépenses de sous-traitance et tous les frais de déplacement et de subsistance;
- e) une copie du rapport mensuel sur l'avancement des travaux.

2. Les factures doivent être distribuées comme suit :

- a) L'original et un (1) exemplaire doivent être envoyés au Chargé de projet identifié sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.
- b) Un (1) exemplaire doit être envoyé à l'autorité contractante identifiée sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.

## **7.8 Attestations et informations additionnelles**

### **7.8.1 Conformité**

Le respect continu des attestations fournies par l'entrepreneur avec sa soumission ainsi que la coopération constante quant aux renseignements connexes sont des conditions du contrat. Les attestations pourront faire l'objet de vérifications par le Canada pendant toute la durée du contrat. En cas de manquement à toute déclaration de la part de l'entrepreneur ou à fournir les renseignements connexes, ou encore si on constate que les attestations qu'il a fournies avec sa soumission comprennent de fausses déclarations, faites sciemment ou non, le Canada aura le droit de résilier le contrat pour manquement conformément aux dispositions du contrat en la matière.

### **7.8.2 Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Manquement de la part de l'entrepreneur**

Lorsqu'un Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi a été conclu avec Emploi et Développement social Canada (EDSC) – Travail, l'entrepreneur reconnaît et s'engage, à ce que cet accord demeure valide pendant toute la durée du contrat. Si l'Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi devient invalide, le nom de l'entrepreneur sera ajouté à la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF ». L'imposition d'une telle sanction par EDSC fera en sorte que l'entrepreneur sera considéré non conforme aux modalités du contrat.

## **7.9 Lois applicables**

Le contrat doit être interprété et régi selon les lois en vigueur Ontario et les relations entre les parties seront déterminées par ces lois.

## **7.10 Ordre de priorité des documents**

En cas d'incompatibilité entre le libellé des textes énumérés dans la liste, c'est le libellé du document qui apparaît en premier sur la liste qui l'emporte sur celui de tout autre document qui figure plus bas sur la liste.

- a) les articles de la convention;
- b) les conditions générales - 2035 (2016-04-04);
- c) l'Annexe « A », Énoncé des travaux;
- d) l'Annexe « B », Base de paiement;
- e) l'Annexe « E », Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation (*s'il y a lieu*);
- f) les autorisations de tâches signées (y compris toutes les annexes, *s'il y a lieu*);
- g) la soumission de l'entrepreneur datée du \_\_\_\_\_,

## **7.11 Assurances**

Clause du Guide des CCUA G1005C (2016/01/28), Assurances – aucune exigence particulière

## **7.12 Clause restrictive**

L'entrepreneur garantit qu'aucun présent, bénéfice, avantage financier ou tout autre avantage ne lui a été ni ne lui sera consenti, promis ou offert, directement ou indirectement, par une tierce partie, y compris par des médias, relativement à l'exécution des travaux.

### **7.13 Intérêts conflictuels**

Sous réserve du paragraphe (2), l'entrepreneur déclare, garantit et doit s'assurer qu'à sa connaissance, les services qui doivent être fournis en vertu du contrat (les «services») ne créent pas et ne créeront pas, tout au long de ce contrat, un conflit avec les intérêts concurrentiels ou opposés d'autres clients du fournisseur.

Lorsque l'entrepreneur se rend compte que les services entrent en conflit ou peuvent entrer en conflit avec des intérêts divergents ou adverses de l'entrepreneur, il doit identifier les services et les intérêts concurrentiels en cause et il doit expliquer immédiatement les raisons pour lesquelles cette situation n'entraînerait aucun conflit d'intérêts.

Lorsque le Canada apprend que les services sont ou peuvent être en conflit avec des intérêts divergents ou adverses du soumissionnaire, le Canada informera l'entrepreneur de la situation et lui demandera de donner les raisons pour lesquelles cette situation n'entraînerait aucun conflit d'intérêts.

Après avoir étudié la justification de l'entrepreneur, le Canada peut, à sa seule discrétion, accepter ou rejeter la justification. La décision du Canada devra être transmise par écrit. L'entrepreneur disposera d'une période de dix (10) jours ouvrables suivant la réception de la décision du Canada, pour soumettre des explications supplémentaires ou pour en donner des nouvelles. Après avoir étudié l'explication supplémentaire ou alternative de l'entrepreneur, le cas échéant, le Canada peut, à sa seule discrétion, accepter cette justification supplémentaire ou appliquer les mesures décrites au paragraphe (5).

Si le Canada rejette la justification initiale (ou l'explication supplémentaire ou alternative, le cas échéant) de l'entrepreneur auquel fait référence le paragraphe 4, le Canada aura le droit d'annuler et de considérer en défaut tout contrat.

## **ANNEXE « A » ÉNONCÉ DE TRAVAIL**

### **1. PRÉSENTATION**

L'Unité de la publicité en ligne de Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) a besoin des services d'une entreprise de conception numérique et de production pour offrir des services de communication numériques afin d'appuyer une vaste gamme d'activités de communications gouvernementales sur divers sujets. La publicité repose sur des moyens numériques et des médias sociaux; elle vise des Canadiens et d'autres intervenants, localement, régionalement, nationalement et, dans certains cas, internationalement, selon la campagne. Les services comprennent la gestion de comptes, le développement créatif et stratégique, la gestion de la production (sur les plans créatif et technique), les stratégies de mobilisation numérique et plus, à l'appui des campagnes de publicité numérique.

### **2. CONTEXTE**

SPAC dispose d'une Unité de publicité en ligne centrale, servant tout le gouvernement, qui a été mise sur pied afin de répondre rapidement aux problèmes de communication, dont : la gestion des problèmes et des crises, la correction des renseignements erronés, les urgences en matière de santé et de sécurité, la mobilisation des Canadiens ainsi que la promotion d'événements et la diffusion d'annonces d'une grande importance pour les Canadiens.

En utilisant diverses tactiques de moyens numériques et de médias sociaux, l'entrepreneur conceptualisera et créera des stratégies et un contenu créatifs qui sont conforme aux normes techniques des nombreux créneaux numériques (Internet, appareils mobiles, médias sociaux, vidéo, applications, etc.). Ce genre de matériel diffusé par les canaux numériques et les médias sociaux est presque toujours demandé dans des délais extrêmement serrés.

Les organismes suivants participeront à l'élaboration et à la mise en œuvre de ces campagnes médiatiques courtes et rapides au moyen d'outils numériques et des médias sociaux :

- la direction de la Coordination de la publicité et des partenariats (DCPP) de SPAC est le client et le chargé de projet (travaillant avec d'autres institutions du gouvernement du Canada, au besoin) et est également responsable de la fonction administrative générale de la publicité;
- la direction de l'Approvisionnement en communication (DAC) de SPAC est l'autorité contractante;
- d'autres institutions du GC fourniront le contenu et travailleront par l'intermédiaire de l'UPL de SPAC;
- la planification et l'achat médiatique sont entrepris par l'agence de coordination du GC;
- le placement de publicité numérique et le suivi sont effectués par le fournisseur de technologies publicitaires (FTP) du GC;
- la publicité du GC est surveillée par le Bureau du Conseil privé (BCP).

D'une année à l'autre, SPAC gère un certain nombre de campagnes de petite ou de grande envergure sur divers sujets, et vise les publics variés composant la population canadienne (segmentés de diverses manières) et divers autres intervenants. Les sujets et les domaines ciblés varient selon les priorités de SPAC et du GC.

Le contrat subséquent sera utilisé au besoin. Tous les travaux seront coordonnés par le chargé de projet (CP) à SPAC, au nom des institutions du GC. Le CP sera le seul point de contact pour l'entrepreneur, et le

CP lancera toutes les demandes de travaux et approuvera tout le travail et les produits attendus du contrat résultant.

### 3. OBJECTIFS ET BUTS

La nature de ce contrat sera de planifier et de produire des campagnes de publicité par des moyens numériques et les médias sociaux, de réaliser des objectifs variables et de déployer des messages pour des publics cibles particuliers, selon les besoins du GC.

Les besoins seront précisés dans la Portée des travaux qui sera présentée dans chaque Autorisation de tâche émise en vertu de ce contrat.

### 4. PUBLICS CIBLES

Les publics cibles seront divers segments de la population canadienne et d'autres intervenants, qui seront atteints par diverses plateformes et méthodes des moyens numériques et des médias sociaux. Les publics cibles et les intervenants seront mentionnés dans les Autorisations de tâches.

### 5. CONSIDÉRATIONS

Les éléments suivants affecteront et/ou seront pris en considération dans le développement et la mise en œuvre de ces campagnes :

- le processus d'approbation de la publicité du GC est long, fastidieux et se déroule à de nombreux niveaux - ce qui peut affecter la rapidité de la mise en œuvre des campagnes;
- la planification et l'achat des services des médias sont entrepris par l'agence de coordination. L'entrepreneur devra donc travailler en collaboration étroite avec l'agence de coordination pour déterminer les spécifications techniques appropriées pour les créneaux visés dans le plan des médias pour atteindre le public cible. L'entrepreneur s'occupe d'abord des produits créatifs alors que l'agence de coordination et les fournisseurs de services de technologie du GC se chargent de la planification, de l'achat et de la programmation des services des médias;
- la plupart des institutions du GC ont des créneaux de médias sociaux existants qu'ils utilisent pour promouvoir organiquement les messages pour appuyer leurs priorités. Les campagnes menées par des moyens numériques et des médias sociaux proposées doivent prendre en compte ces ressources pour que les efforts de publicité soient intégrés et renforcent les efforts organiques de l'institution;
- des activités de publicité par des moyens numériques et des médias sociaux peuvent également se dérouler en même temps que diverses campagnes de publicité du GC, menées par des moyens numériques/des médias sociaux ou dans d'autres médias, et traitant d'autres sujets. Bien que les messages véhiculés dans chacune des campagnes diffèrent, ils appuient tous les priorités du GC. L'entrepreneur doit veiller à ce que les messages créés pour les campagnes numériques/sociales particulières soient uniques et mémorables, tout en appuyant d'autres activités de communication du GC et en s'y harmonisant;
- certaines activités de publicité numérique peuvent porter sur des questions de nature délicate pour lesquelles il faut tenir compte de la perception du public. L'entrepreneur doit alors être en mesure d'adapter son message ou de le remplacer rapidement, suivant un bref préavis, afin d'y apporter des précisions ou de fournir des renseignements supplémentaires.

## 6. ÉVALUATION DE LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE

L'évaluation de la campagne numérique/sociale portera sur :

- les paramètres et les données analytiques Web (c'est-à-dire consultations de pages, visites, temps consacré, taux de rebond, etc.);
- la portée : Rapports de l'agence de coordination (concernant la portée, la fréquence, les impressions, les taux de clics et les renseignements sur le coût par clic);
- entrée de matériels en ligne;
- téléchargements d'applications mobiles;
- analytique des médias sociaux :
  - Facebook (nombre de mentions « J'aime », de partages et de commentaires pour les billets)
  - Twitter (partage de gazouillis, mentions « J'aime », réponses)
  - YouTube (visionnements de vidéos, mentions « J'aime »)
  - LinkedIn (taux d'ouverture, taux de clics)
  - autres créneaux de médias sociaux appropriés pour atteindre des publics cibles clés
- autres, selon les besoins.

L'entrepreneur doit fournir des renseignements et du matériel à d'autres entrepreneurs du GC, sur demande, à des fins d'essais des concepts créatifs et d'évaluation de l'impact sur le public à l'aide des sondages préliminaires et postérieurs du GC.

**REMARQUE :** La recherche sur l'opinion publique (ROP) y compris l'outil d'évaluation des campagnes de publicité (OECP), ne fait pas partie de cette demande et fera l'objet d'un contrat séparé du GC au besoin. Il incombe au CP d'entreprendre une recherche d'opinion publique et d'utiliser les ressources choisies par SPAC.

## 7. CONTRAINTES RELATIVES AU TRAVAIL ET AU CONTRAT

Les fournisseurs doivent être au courant des contraintes qui suivent qui influenceront sur la façon dont le travail doit être fait.

### 7.1 Mandats de l'agence de coordination et du fournisseur de technologies publicitaires (FTP)

Depuis le 1er septembre 2015, le gouvernement du Canada a recours aux services d'une agence de coordination unique (Cossette Communications inc.) pour la planification et les achats médias liés à la publicité gouvernementale, ainsi que d'un FTP (Technologies Adgear inc.) pour l'appui des activités numériques. L'entrepreneur doit examiner les guides de l'agence de coordination et du FTP, fournis par le chargé de projet, qui contiennent les procédures de planification et d'achat média ainsi que les renseignements sur la gestion de publicité en ligne du gouvernement du Canada. Il incombe à l'entrepreneur de se référer à ces documents, notamment pour information au sujet de l'affichage Internet et le MMR ou le processus d'optimisation des mots-clés.

À la demande du CP, l'entrepreneur doit participer à des réunions avec l'agence de coordination et le FTP pour discuter des exigences de la campagne, des procédures et des rôles et responsabilités afin d'assurer la planification et l'exécution intégrées et harmonieuses de la campagne.

## 7.2 Marketing des moteurs de recherche et recherche payée

Le GC a centralisé la gestion de l'optimisation du marketing des moteurs de recherche (MMR) et des rapports afin d'assurer la meilleure efficacité et le meilleur contrôle de la qualité possible pour la prestation de service et l'établissement de rapports sur toutes les activités de MMR du GC. L'agence de coordination gère les services reliés au placement des médias Internet comme l'optimisation du MMR et l'établissement de rapports.

L'entrepreneur devra fournir des mots clés et des liens textes pour le MMR et (ou) les campagnes de recherche payées. L'agence de coordination formulera ses recommandations d'optimisation, fondées sur les paramètres de l'autorisation des tâches, y compris le plan média et la stratégie connexe.

## 7.3 Politiques, lois et normes

Pour assurer l'intégrité et l'efficacité de la publicité du GC, l'entrepreneur doit fournir des services et produire des documents en conformité avec les politiques administratives du GC publiées par le Conseil du Trésor (SCT), y compris, mais non exclusivement, les suivants :

- la *Politique sur les communications et l'image de marque* (<https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>) pour s'assurer que les communications à l'échelle du GC sont bien coordonnées, gérées efficacement et adaptées aux divers besoins d'information du public, et pour garantir que la conception de publicité et la représentation sont conformes aux exigences;
- la *Politique sur les marchés* (<http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=14494>), qui vise à assurer la qualité et la valeur du travail imparti;
- la *Loi sur les langues officielles* (<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/page-1.html#h-5>) (articles 11 et 30), afin d'en assurer le respect pour toutes les publicités;
- la *Loi sur la protection des renseignements personnels* (<http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/>), pour s'assurer que les pratiques de protection de la vie privée sont intégrées et respectées dans le traitement des renseignements personnels;
- la *Norme sur l'accessibilité des sites Web* (<https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=23601>), pour assurer la conformité aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web 2.0.

Les autres normes pertinentes se trouvent à : <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/sujets/communications-gouvernementales.html>.

L'entrepreneur doit tenir des états financiers à l'appui des responsabilités de SPAC en vertu de la Loi sur l'Administration financière et fournir des renseignements à l'appui des responsabilités de SPAC en vertu de la Loi sur l'accès à l'information. De plus, l'entrepreneur doit assurer la conformité avec la législation pertinente de l'ensemble des provinces et territoires canadiens où le matériel de la campagne sera utilisé.

## 7.4 Contraintes au processus d'approbation

Le chargé de projet sera un représentant de la DCCP de SPAC. Le chargé de projet nommé dans le contrat sera chargé de transmettre à l'entrepreneur les guides de l'agence de coordination et du FTP, d'obtenir toutes les approbations nécessaires, d'approuver par écrit l'ensemble du travail, de recevoir tout le matériel définitif et de s'assurer que les ressources ont bel et bien été optimisées.



L'entrepreneur et le chargé de projet collaboreront à l'établissement du calendrier de réalisation et de présentation des travaux, y compris les plans de campagne, les stratégies connexes, les concepts de création et les rapports après-campagne.

Le chargé de projet collaborera avec l'entrepreneur afin de définir et de préciser les messages ainsi que l'élaboration et la conception du matériel à utiliser dans le cadre de la campagne, avant d'obtenir à l'interne l'approbation de ses collègues de programmes et de la haute direction. L'autorisation finale d'aller de l'avant sera communiquée à l'entrepreneur par le chargé de projet. Il incombe au chargé de projet d'obtenir toutes les approbations nécessaires. Il se peut qu'on demande à cette fin à l'entrepreneur de fournir de la documentation ou de livrer des exposés.

L'élaboration des documents publicitaires et connexes nécessite d'importantes communications internes. Tout au long du processus, les autorités responsables des programmes particuliers ainsi que les cabinets des sous-ministres et des ministres et le Bureau du Conseil privé devront y être associés. En outre, d'importants groupes d'intervenants seront informés de l'approche préconisée. Ces niveaux d'approbation supplémentaires peuvent prolonger le processus d'approbation avant que des projets précis ne soient entamés. L'entrepreneur devrait prévoir une période de deux semaines pour les approbations du client relativement à chaque jalon ou élément livrable de l'élaboration de la campagne.

L'entrepreneur ne doit pas diffuser de publicité du GC dans des médias publicitaires. En outre, il ne faut pas envoyer le matériel aux médias avant d'avoir reçu l'accusé de réception de l'autorisation de travail, par courriel, de l'agence de coordination ainsi que la liste des médias dont les services ont été retenus, s'il y a lieu.

#### **Exigences en matière de rapports**

L'entrepreneur dressera un plan de travail au début de chaque projet, et présentera des rapports d'étape hebdomadaires. Des rapports bimensuels décrivant le budget global et la progression du projet par rapport au budget devront être présentés.

Les travaux peuvent comprendre, au moins, les éléments suivants :

- des mises à jour sur l'état du projet transmises par courriel;
- des rapports bimensuels sur les coûts, comportant une ventilation selon le personnel, les ressources, les déplacements et les taux; l'entrepreneur fera le suivi du temps séparément pour les divers éléments de la campagne dans la présentation de ses rapports de coûts;
- l'entrepreneur et l'autorité contractante mettront au point une procédure de documentation des activités et des coûts directs; la documentation devra présenter plus particulièrement le niveau des efforts (temps et ressources) consentis pour la prestation des services demandés;
- des rapports financiers bimensuels, y compris des estimations à court terme du travail à venir et des estimations des coûts du travail effectué au cours des deux semaines précédentes;
- des réunions en face à face auront lieu au besoin, et des rapports relatifs aux contacts seront communiqués par courriel au chargé de projet après les réunions.

### **Procédures de contrôle de la gestion du projet**

SPAC désignera un gestionnaire de projet expressément affecté à la campagne, et devra :

- assurer l'accès au chargé de projet ou au gestionnaire de projet spécialisé, qui devra coordonner le projet global, fournir au besoin une orientation et des conseils à l'entrepreneur, et accepter et approuver les éléments livrables fournis par ce dernier, au nom de SPAC;
- examiner et revoir le matériel et le travail avec l'entrepreneur pour réviser et améliorer les documents en fonction des processus et des échéanciers convenus;
- surveiller les progrès, donner l'orientation requise et fournir une rétroaction en temps opportun;
- obtenir les approbations voulues auprès des clients internes et des organismes centraux du GC (BCP et SCT), et d'autres intervenants au besoin;
- assurer l'accès au matériel pertinent (au besoin) :
  - résultats de recherche;
  - produits Web et imprimés, le cas échéant;
  - contenu existant, dans les deux langues officielles;
  - autre documentation jugée pertinente par le chargé de projet.

### **7.5 Contraintes relatives au contenu créatif**

L'entrepreneur devra s'assurer que les contenus créatifs reflètent la diversité de la population du Canada (c.-à-d. les minorités visibles, les personnes présentant des déficiences physiques et des restrictions, entre autres). Il doit veiller à ce que les approches créatives respectent les différences culturelles.

Plus particulièrement, les produits livrables devront être :

- crédibles, pertinents et motivants;
- efficaces en français et en anglais.

Le contenu créatif doit être conforme au *Programme de coordination de l'image de marque (PCIM)* du GC et comprendre la signature du GC ou du ministère, avec le mot symbole «Canada».

La publicité devra préciser l'appel à l'action.

L'entrepreneur pourrait devoir tenir compte des logos d'autres partenaires s'ils participent à la campagne. Cela suppose l'emploi éventuel des logos de gouvernements provinciaux, d'ONG ou d'entreprises du secteur privé, s'il y a lieu.

### **Spécifications techniques**

Prière de consulter les spécifications techniques du Programme de coordination de l'image de marque du gouvernement du Canada à <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/communications-gouvernementales/programme-federal-image-marque/specifications-techniques/publicite.html>. Le chargé de projet communiquera les autres contraintes qui pourraient se manifester au cours de l'élaboration de la campagne publicitaire.

## 8. Achat vert

Tous les projets devraient être exécutés d'une manière respectueuse de l'environnement, dans toute la mesure du possible. On encouragera les clients et les fournisseurs à transmettre les demandes de travail par voie électronique.

- Toute la correspondance et tous les produits livrables présentés d'une manière autre qu'électronique devront être certifiés comme provenant d'une forêt gérée de manière durable ou comprendre au moins 30 % de matières recyclées, et être traités sans chlore, si possible.
- La photocopie recto verso sera la norme, sauf indication contraire (échantillons de produits créatifs) de la part du chargé de projet.
- Sauf avis contraire, les documents seront imprimés en noir et blanc.
- Dans la mesure du possible, l'entrepreneur sera encouragé à fournir les épreuves par courriel, par un service de transfert de fichiers électroniques, sur CD, sur DVD ou en fichier compressé afin que les clients puissent les examiner et les approuver à l'écran.

## 9. Contraintes technologiques

SPAC n'a pas accès à certains logiciels, sites Web, FTP ou services de transfert de fichiers. Il incombe à l'entrepreneur de trouver des solutions pour permettre l'examen et la transmission de tous les documents de travail, ébauches et versions finales.

À moins d'indication contraire, l'entrepreneur doit au moins maîtriser le logiciel Adobe (notamment Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe PremierePro, Adobe FireWorks et Adobe Flash) pour les divers médias numériques et sociaux qu'il doit produire. Il doit également être en mesure de fournir tous les produits livrables en format électronique compatible avec la suite logicielle utilisée par SPAC :

- sur PC pour les activités quotidiennes : suite Microsoft 2010, Adobe Reader v8 (ou plus récent), Microsoft Outlook, MS Media Player v10 (ou plus récent), Internet Explorer v11;
- sur Mac pour les services de conception graphique : Adobe Creative Cloud;
- sur le Web : Adobe Dreamweaver, FTP client, navigateurs Web, Adobe Photoshop.

Pendant toute la durée du contrat, l'entrepreneur doit également être en mesure de mettre à niveau ou de remplacer les logiciels qu'il utilise afin de tenir compte des changements apportés par SPAC à ses logiciels standards.

## 10. SERVICES REQUIS

Les catégories suivantes de services sont nécessaires à la prestation de services de publicité numérique en ce qui a trait au présent besoin.

### 10.1 Services de coordination et de gestion des comptes

Ces services peuvent prendre les formes suivantes, entre autres :

- s'assurer que toutes les procédures prévues ont été appliquées et que le contrat et toutes modifications au contrat ont été reçus de la Direction de l'approvisionnement en communication (DAC) de SPAC avant le début des travaux;

- surveiller l'évolution du projet pour assurer la qualité du travail et le respect des échéanciers, des budgets et des exigences en matière de personnel;
- assister aux séances d'information et aux réunions du client; fournir des rapports d'étape précis concernant les budgets et les calendriers; établir des estimations pour approbation; signaler les écarts budgétaires et faciliter le processus de production;
- collaborer étroitement avec l'agence de coordination afin d'assurer une campagne intégrée et un déroulement harmonieux;
- s'assurer que tous les éléments créatifs ont reçu l'approbation préalable signée du CP avant la production;
- présenter des rapports bimensuels sur les coûts, comprenant une ventilation de ces coûts selon le personnel, les ressources, les déplacements et les tarifs;
- fournir tous les éléments demandés décrits dans le présent énoncé des travaux (ET).

## 10.2 Services stratégiques

### 10.2.1 Services de planification stratégique et de développement

L'entrepreneur doit mettre sur pied une stratégie générale de campagne faisant état des moyens envisagés pour atteindre les objectifs de la campagne. Cette stratégie devrait inclure les volets suivants, entre autres :

- offrir des observations et des conseils stratégiques pour l'élaboration de points de presse aux fins des services de planification média de l'agence de coordination;
- créer des stratégies créatives et travailler étroitement et de manière collaborative avec les services de planification média de l'agence de coordination pour garantir l'intégration de stratégies et de plans médias créatifs;
- adapter, mettre à jour ou exploiter des stratégies créatives existantes pour les services de publicité qui ont été proposées par une agence précédente de publicité ou de design;
- fournir des données de recherche et d'analyse secondaires (si nécessaire) et examiner le succès des campagnes précédentes (p. ex., OECF, rapports Google Analytics, rapports de l'agence de coordination, résultats de sondage, etc.) et les recherches fournies par SPAC sur lesquelles baser la stratégie de campagne globale qui offrirait la meilleure approche pour atteindre les objectifs de la campagne. L'entrepreneur pourrait devoir fournir un plan incluant les éléments suivants, si nécessaire :
  - le public cible (y compris les renseignements sur la stratégie et les recommandations);
  - les messages clés;
  - l'approche et la stratégie créatives ainsi que les concepts de création (y compris la raison pour laquelle ils obtiendraient l'approbation du public);
  - les objectifs mesurables;
  - le budget;
  - le calendrier;
  - les produits livrables;
  - les mesures requises et les prochaines étapes;
  - le processus d'évaluation (y compris les points de référence par rapport à l'industrie et à d'autres normes pertinentes).

De plus, l'entrepreneur et l'agence de coordination devront se concerter afin que les stratégies créatives et médiatiques soient harmonisées.

### **10.2.2 Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques**

Les services peuvent inclure, entre autres :

- la production d'un plan créatif en matière de médias sociaux et numériques pour concrétiser la stratégie créative. Le plan doit comprendre, entre autres :
  - une stratégie créative en matière de médias sociaux et numériques;
  - des tactiques;
  - un concept de création;
  - des produits livrables;
  - les mesures requises et les prochaines étapes.

### **10.3 Services de création et de production**

L'entrepreneur doit habituellement présenter trois concepts différents de couleur distincte (ou plus si le CP le demande) pour chaque campagne, adaptés aux plateformes de médias sociaux et numériques dans le plan média, pour examen et approbation par le CP.

Les services peuvent inclure les volets suivants, entre autres :

- surveiller, orienter et assurer le contrôle de la qualité et produire (ou adapter) tous les produits créatifs, qui comprennent notamment :
  - graphiques, fonctions interactives, bannières et boutons;
  - contenu pour médias sociaux;
  - infographie;
  - MMR et campagnes de recherche payées;
  - vidéos en ligne;
  - éléments mobiles;
  - autres contenus numériques, si applicables.
- Peut inclure :
  - illustrations et images;
  - graphiques animés;
  - animation, y compris au format HTML5;
  - photographies personnalisées;
- produire des éléments de conception graphique sous la forme de maquettes, de scénarimages, de textes ou de scripts;
- fournir du matériel créatif dans les deux langues officielles et dans d'autres langues, au besoin, pour la mise à l'essai auprès de groupes de consultation;
- réviser et finaliser le concept créatif sur la base des résultats des essais auprès des groupes de consultation et/ou des recommandations du CP ainsi que les changements qui pourraient survenir au cours du processus d'approbation;
- rédiger et modifier le texte de tout le matériel, de l'ébauche au produit final;
- fournir des graphiques, des photos et des modèles conceptuels pour tous les contenus numériques;
- prendre en charge le scénario, le tournage/enregistrement, la postproduction et le montage final des vidéos et autre contenu numérique multimédia;

- concevoir, élaborer et mettre à l'essai le contenu numérique et de médias sociaux jusqu'à la version finale;
- obtenir tous les droits d'auteur (pour les images et les illustrations) et négocier les tarifs des artistes conformément aux règlements des syndicats canadiens appropriés (l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists [ACTRA], l'Union des artistes [UDA]);
- distribuer le contenu numérique à l'agence de coordination pour acheminement aux médias;
- fournir l'original du document ou du matériel final prêt à être utilisé sur CD, DVD ou support électronique (y compris tous les dossiers de travail, p. ex., fichiers d'origine ou en couches, fichiers texte, graphiques, images, etc.) au CP;
- coordonner l'orientation et la production créatives pour répondre aux recommandations en matière de média faites par l'agence de coordination.

Tous les services de « studio », comprenant des éléments comme l'extraction de fichiers, la gravure de CD, le téléchargement vers l'extranet, le montage et les maquettes pour appuyer la préparation du matériel publicitaire, doivent être inclus dans la catégorie des services de production comme il est précisé ci-dessus.

#### **10.4 Montage, adaptation et contrôle de la qualité**

Les services peuvent inclure les volets suivants, entre autres :

- fournir des services de correction d'épreuves et de rédaction;
- traduire/adapter dans l'autre langue officielle et d'autres langues (si nécessaire) tous les textes, de la première ébauche à la version finale;
- gérer l'adaptation régionale des éléments de campagnes nationales;
- imprimer, redimensionner ou reproduire des copies (tout en assurant la qualité du produit) aux fins de distribution aux médias;
- gérer les travaux effectués par des sous-traitants et en assurer le contrôle de la qualité.

#### **11. PERSONNEL CLÉ**

L'entrepreneur DOIT présenter le personnel qui travaille dans une des quatre principales catégories de service au chargé de projet et obtenir son approbation avant que la personne puisse travailler en vertu du contrat. Aucune approbation n'est requise pour le personnel travaillant dans les catégories de service à un taux mixte.

Principales catégories de service :

- gestion des comptes;
- services de planification stratégique;
- services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques;
- services de production et de direction créative.

Chaque membre du personnel proposé DOIT posséder au minimum trois (3) ans d'expérience dans la catégorie de service.

## 12. SERVICES DE SOUTIEN ADMINISTRATIF

Les services peuvent inclure les volets suivants, entre autres :

- fournir des estimations à la demande du chargé de projet et conformément à chaque autorisation de tâches;
- fournir des factures liées au projet, conformément aux directives en matière de facturation et à l'autorisation de tâches;
- transmettre au chargé de projet, par courriel, des documents, avec la facture, précisant le temps et les ressources utilisés dans la prestation des services demandés au moyen d'une autorisation de tâches;
- mettre en place un processus pour s'assurer qu'à la fin d'un contrat, tous les éléments livrables sont fournis à l'État (dans les 30 jours suivant l'expiration du contrat ou dans un délai établi par le CP dans le cadre d'une autorisation de tâches) et dans un format définitif exploitable, y compris les fichiers sources. Ce processus, qui sera exécuté pendant la dernière année du contrat, doit être élaboré et approuvé en collaboration avec le CP.

Ces services font partie de l'ensemble des services qui seront fournis par l'entrepreneur et, à ce titre, le CP ne recevra pas de facture distincte les concernant. Comme il s'agit de coûts indirects, l'entrepreneur doit les intégrer aux taux horaires précisés dans les modalités de paiement au moment de la production de sa soumission.

## 13. PRODUITS LIVRABLES

L'entrepreneur doit fournir des services administratifs, de gestion de compte, de production, créatifs et stratégiques pour appuyer la (les) campagne(s) de SPAC pendant la période initiale du contrat et pendant jusqu'à deux périodes optionnelles d'un an pour des travaux supplémentaires.

## 14. AIDE FOURNIE PAR LE MINISTÈRE

Le CP sera tenu d'effectuer les activités suivantes :

- fournir un énoncé de création à l'agence;
- fournir les éléments de création et les évaluations des campagnes précédentes pertinentes;
- nommer un chargé de projet dédié à la liaison avec l'agence;
- fournir toute recherche pertinente;
- fournir des renseignements de base pour le contenu des éléments créatifs (les éléments graphiques, le titre d'appel de la campagne et l'adresse Web);
- obtenir et fournir les approbations pour la direction de SPAC et les organismes du gouvernement du Canada au besoin.

## 15. RÉUNIONS

L'entrepreneur devra participer à une réunion préparatoire avec le CP (et possiblement avec le personnel du service de marketing/de publicité d'une autre institution du GC), l'agence de coordination (et le FTP si requis), par téléphone ou en personne (à déterminer par le CP), pour discuter du document de présentation, et aux réunions (calendrier à déterminer par le CP) pour garantir un développement harmonieux du matériel de campagne.

L'entrepreneur peut devoir participer à des réunions avec SPAC à Ottawa, en personne, et sur demande,

à des conférences téléphoniques. Bon nombre de réunions comporteront l'examen, l'évaluation et l'amélioration du contenu numérique et de médias sociaux.

#### **16. DÉPLACEMENTS**

Lorsque des déplacements pour des réunions en personne sont nécessaires, SPAC remboursera les frais de déplacement raisonnables du (des) représentant (s) de l'entrepreneur, conformément aux directives du Conseil du Trésor (disponible sur le site Web suivant) : <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/deplacements-reinstallation/voyages-affaires-gouvernement.html>) Lorsqu'un déplacement est jugé nécessaire, l'entrepreneur présentera au préalable au chargé de projet l'estimation des frais de déplacement à des fins d'autorisation.

Le remboursement des frais de déplacement et de subsistance sera effectué conformément aux modalités de paiement et de la *Directive sur les voyages du Conseil national mixte*.



## **ANNEXE "B"** **BASE DE PAIEMENT**

### **NOTE AUX SOUMISSIONNAIRES:**

Les soumissionnaires sont tenus de soumettre un taux horaire pour les quatre (4) catégories de service clés ainsi qu'un (1) taux horaire pondéré (voir le tableau à 1).

Le taux horaire pondéré qui doit être soumis, et un taux que les soumissionnaires factureront pour tous les services suivant (sans toutefois s'y limiter):

- Coordination des comptes
- Design graphique
- Conception interactive numérique
- Rédaction (en français et en anglais)
- Révision (en français et en anglais)
- Traduction et adaptation
- Correction d'épreuves (en français et en anglais)
- Gestion de la production
- Services de coordination de la production
- Répartition des actifs numériques (à l'AOR pour le routage des médias)

Les soumissionnaires seront payés en conformité avec la Base de paiement qui suit pour le travail exécuté en vertu de chaque AT.

Les soumissionnaires doivent inclure toutes les dépenses de l'agence dans leurs taux horaires car aucune autre dépense ou commission ne sera payée en plus de ces taux.

Il s'agit de taux horaires fermes, qui seront utilisés dans l'évaluation.

### **1. TAUX HORAIRES FERMES**

L'entrepreneur sera payé à taux horaires fermes, tel qui suit pour le travail fait correspondant au contrat. Ils comprennent le coût de la main-d'œuvre, les avantages sociaux, les dépenses générales et administratives, les frais généraux, le profit et les autres du même genre, à l'exception seulement des taxes applicables. Toutes dépenses normalement encourues pour la prestation des services (c.-à-d. poste de travail [incluant l'équipement et les logiciels de l'entrepreneur], le traitement de texte, les estimations de travail, les photocopies, les frais de courrier et de téléphone, les déplacements locaux et les autres du même genre) sont incluses dans les taux horaires identifiés dans la présente et ne seront pas autorisées comme coûts dans le cadre des commandes subséquentes à une offre à commandes. **Le soumissionnaire n'est pas autorisé à facturer des taux horaires pour la préparation des devis.**

Les taux sont en dollar canadien, les droits de douane sont inclus et les taxes applicables sont en sus.

**NOTA : Les soumissionnaires doivent inclure toutes les dépenses de l'agence dans leurs taux horaires, car aucune autre dépense ou commission ne sera payée en plus de ces taux.**

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation
Gestion de comptes	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Services de planification stratégique	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Services de production et de direction créative	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Taux pondéré de tous les autres services	_____ \$	_____ \$	_____ \$

## 2. PRODUCTION COÛTS DE PRODUCTION

Les coûts de production sont les coûts associés à la production des annonces et, les activités et produits de marketing/partenariat, excluant les services professionnels facturés aux taux horaires. Les coûts de production seront remboursés au prix coûtant comme services de sous-traitance et divers frais directs.

### 2.1 SERVICES DE SOUS-TRAITANCE

Le soumissionnaire sera remboursé au prix coûtant pour toutes dépenses exactes raisonnables et convenablement engagées pour l'acquisition de biens et services de fournisseurs externes et au prix du fournisseur après déduction de tout rabais d'échange ou règlement rapide.

POUR LES SERVICES DE SOUS-TRAITANCE AU-DESSUS DE 25 000\$ (taxes applicables inclus)

Durant la période du contrat qui inclut les périodes de prolongation, l'entrepreneur obtiendra des soumissions d'au moins trois (3) fournisseurs externes. L'entrepreneur doit fournir, à l'autorité contractante et au responsable de projet, les noms des fournisseurs qui ont soumissionné, le montant total de chaque soumission obtenue, les critères de sélection et les résultats.

### 2.2 DÉPENSES DIRECTES

Les honoraires professionnels soumis sous B.1 sont des taux tout compris.

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts directs, qui ne sont pas couverts dans les taux horaires, qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux. Ces coûts seront remboursés au coût réel, sans majoration, sur présentation d'un état détaillé des coûts accompagné des reçus appropriés, à condition que ces services soient justifiés lors de l'approbation de la commande subséquente à une offre à commandes. Ces frais directs doivent être préalablement autorisés par le chargé de projet.

### **3. FRAIS DE DÉPLACEMENT ET DE SUBSISTANCE**

L'entrepreneur sera remboursé pour ses frais autorisés de déplacement et de subsistance qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux, au prix coûtant, sans aucune indemnité pour le profit et(ou) les frais administratifs généraux, conformément aux indemnités relatives aux repas, à l'utilisation d'un véhicule privé et aux faux frais qui sont précisées aux appendices B, C et D de la Directive sur les voyages du Conseil national mixte et selon les autres dispositions de la Directive qui se rapportent aux « voyageurs » plutôt que celles qui se rapportent aux « employés ».

Tous les paiements sont assujettis à une vérification par le Canada.

Tout déplacement doit être approuvé au préalable par le chargé de projet.

### **4. COENTREPRISE CONTRACTUELLE (le cas échéant)**

L'entrepreneur est une coentreprise contractuelle et les signataires engagent leurs responsabilités conjointes et solidaires. Le versement des sommes en vertu du contrat au chef de file désigné, (insérer nom), est considéré comme un paiement à tous les signataires et comme une quittance de toutes les parties. De plus, tout avis donné par le Canada au chef de file désigné sera réputé avoir été signifié à toutes les parties.

### ANNEXE "C" - FORMULAIRE D'AUTORISATION DE TACHE

All invoices/progress claims must show the reference Contract and Task numbers.		Contract no. • No du contrat
Toutes les factures doivent indiquer les numéros du contrat et de la tâche.		Task no. • No de la tâche
Title of the task, if applicable • Titre de la tâche, s'il y a lieu		Total estimated cost of task (Applicable Taxes extra) • Coût total estimatif de la tâche (taxes applicables en sus)
TA revision no. • No de révision de l'AT	Increase/decrease • Augmentation/réduction	Previous value • Valeur précédente
To • À	<p><b>TO THE CONTRACTOR</b> You are requested to supply the following services in accordance with the terms of the above reference contract. Only services included in the contract shall be supplied against this task.</p> <p>Please advise the undersigned if the completion date cannot be met. Invoices/progress claims shall be prepared in accordance with the instructions set out in the contract.</p> <p><b>À L'ENTREPRENEUR</b> Vous êtes priés de fournir les services suivants en conformité des termes du contrat mentionné ci-dessus. Seuls les services mentionnés dans le contrat doivent être fournis à l'appui de cette demande.</p> <p>Prière d'aviser le signataire si la livraison ne peut se faire dans les délais prescrits. Les factures doivent être établies selon les instructions énoncées dans le contrat.</p>	
Delivery location • Expédiez à		

#### Start of the Work for a TA

Work cannot commence until a TA has been authorized in accordance with the conditions of the contract.

#### Début des travaux pour l'AT

Les travaux ne peuvent pas commencer avant que l'AT soit autorisée conformément au contrat.

Task description of the work required • Description de tâche des travaux requis	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Directives	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Deliverables • Produits à livrer	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Completion and submission dates • Dates d'achèvement et dates de livraison	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
TA revision description • Description de la révision de l'AT	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Basis and method of payment • Base et méthode de paiement	

#### Authorization(s)

By signing this TA, the authorized Project Authority and/or the PWGSC Contracting Authority certify(ies) that the content of this TA is in accordance with the conditions of the contract.

The Project Authority's authorization limit is identified in the contract. When the value of a TA and its revisions is in excess of this limit, the TA must be forwarded to the PWGSC Contracting Authority for authorization.

#### Autorisation(s)

En apposant sa signature sur l'AT, le chargé de projet autorisé et/ou l'autorité contractante de TPSGC atteste(nt) que le contenu de cette AT respecte les conditions du contrat.

La limite d'autorisation du chargé de projet est précisée dans le contrat. Lorsque la valeur de l'AT et ses révisions dépasse cette limite, l'AT doit être transmise à l'autorité contractante de TPSGC pour autorisation.

Name and title of authorized Project Authority • Nom et titre du chargé de projet autorisé à signer	
Signature	Date
PWGSC Contracting Authority • Autorité contractante de TPSGC	
Signature	Date

#### Contractor's Signature • Signature de l'entrepreneur

Name and title of individual authorized to sign for the Contractor • Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom de l'entrepreneur	
Signature	Date

<input type="checkbox"/> Estimate received from Contractor • Devis reçu de l'entrepreneur	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Date	Initials • Initiales

<input type="checkbox"/> Revised Estimate received from Contractor • Devis révisé reçu de l'entrepreneur	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Date	Initials • Initiales

**ANNEXE "D" de la PARTIE 3 de la DEMANDE DE SOUMISSIONS**

**INSTRUMENTS DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE**

*Tel qu'indiqué à la clause 3.1.2 de la Partie 3, le soumissionnaire peut compléter l'information ci-dessous afin d'identifier si l'instrument de paiement électronique est accepté pour le paiement de factures.*

Le soumissionnaire accepte d'être payé au moyen de l'un des instruments de paiement électronique suivants :

- ( ) Carte d'achat VISA ;
- ( ) Carte d'achat MasterCard ;
- ( ) Dépôt direct (national et international) ;
- ( ) Échange de données informatisées (EDI) ;
- ( ) Virement télégraphique (international seulement).

**ANNEXE "E" de la PARTIE 5 de la DEMANDE DE SOUMISSIONS**  
**PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI – ATTESTATION**

Je, soumissionnaire, en présentant les renseignements suivants à l'autorité contractante, atteste que les renseignements fournis sont exacts à la date indiquée ci-dessous. Les attestations fournies au Canada peuvent faire l'objet d'une vérification à tout moment. Je comprends que le Canada déclarera une soumission non recevable, ou un entrepreneur en situation de manquement, si une attestation est jugée fausse, que ce soit pendant la période d'évaluation des soumissions, ou pendant la durée du contrat. Le Canada aura le droit de demander des renseignements supplémentaires pour vérifier les attestations d'un soumissionnaire. À défaut de répondre à toute demande ou exigence imposée par le Canada, la soumission peut être déclarée non recevable ou constituer un manquement aux termes du contrat.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi, visitez le site Web [d'Emploi et Développement social Canada \(EDSC\) – Travail](#).

Date : \_\_\_\_\_ (AAAA/MM/JJ) [si aucune date n'est indiquée, la date de clôture de la demande de soumissions sera utilisée]

Compléter à la fois A et B.

A. Cochez seulement une des déclarations suivantes :

- ☐ A1. Le soumissionnaire atteste qu'il n'a aucun effectif au Canada.
- ☐ A2. Le soumissionnaire atteste qu'il est un employeur du secteur public.
- ☐ A3. Le soumissionnaire atteste qu'il est un [employeur sous réglementation fédérale](#), en vertu de la [Loi sur l'équité en matière d'emploi](#).
- ☐ A4. Le soumissionnaire atteste qu'il a un effectif combiné de moins de 100 employés permanents à temps plein et/ou permanents à temps partiel au Canada.

A5. Le soumissionnaire a un effectif combiné de 100 employés ou plus au Canada; et

- ☐ A5.1. Le soumissionnaire atteste qu'il a conclu un [Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi](#) valide et en vigueur avec EDSC – Travail.

**OU**

- ☐ A5.2. Le soumissionnaire a présenté [l'Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi \(LAB1168\)](#) à EDSC - Travail. Comme il s'agit d'une condition à l'attribution d'un contrat, remplissez le formulaire intitulé Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi (LAB1168), signez-le en bonne et due forme et transmettez-le à EDSC – Travail.

B. Cochez seulement une des déclarations suivantes :

- ☐ B1. Le soumissionnaire n'est pas une coentreprise.

**OU**

- ☐ B2. Le soumissionnaire est une coentreprise et chaque membre de la coentreprise doit fournir à l'autorité contractante l'annexe Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation. (Consultez la section sur les coentreprises des instructions uniformisées.)

## ANNEXE "F" ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

### 1. ÉVALUATION TECHNIQUE

#### 1.1 ÉLÉMENTS DÉFINIS aux fins de la présente évaluation

- Par **complet**, on entend :
  - le travail de création et de production est achevé;
  - le produit publicitaire est livré sur plate-forme numérique ou de médias sociaux;
  - les résultats et l'évaluation des activités publicitaires sont disponibles et quantifiés.

Par **campagne de publicité numérique et dans les médias sociaux**, on entend :

- La campagne de publicité comprend la publicité par affichage numérique, le marketing par moteur de recherche, la recherche payante et la publicité sur plate-forme de médias sociaux.

#### 1.2 CRITÈRES TECHNIQUES OBLIGATOIRES

Le soumissionnaire doit satisfaire l'ensemble des exigences obligatoires de l'énoncé des travaux.

##### O1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE

En fournissant deux (2) exemples distincts de campagnes publicitaires numériques et dans les médias sociaux, le soumissionnaire DOIT démontrer qu'il possède la capacité et l'expérience voulues pour élaborer des solutions créatives captivantes et réfléchies au moyen d'une gamme de médias numériques et sociaux s'adressant à divers auditoires (c.-à-d. ayant différents profils démographiques ou ethnographiques) afin de répondre rapidement à des situations de communication. Chacune des deux (2) campagnes citées en exemple DOIT être complète\* et avoir été réalisée dans les trois (3) années précédant la clôture des soumissions.

REMARQUE : Au moins un des deux (2) exemples présentés DOIT avoir été réalisé dans les deux langues officielles (français et anglais).

#### 1.3 CRITÈRES TECHNIQUES COTÉS

Les propositions seront évaluées et notées conformément aux critères d'évaluation spécifiques, comme indiqué dans cette section. Pour être considéré comme conforme, les soumissionnaires doivent obtenir le minimum requis de 60% des points pour chaque critère évalué.

Critères cotés	Nombre minimum de points requis	Nombre maximal de points
Expérience du soumissionnaire	180	300
Compréhension du besoin	60	100
<b>Total</b>	<b>240</b>	<b>400</b>



## 1.4 EXIGENCES COTÉES

### 1.4.1 Expérience de l'entreprise – maximum de 300 points

Les deux exemples de campagnes soumises pour le critère technique obligatoire O1 seront évalués et notés séparément pour un total de 300 points; la note définitive sera calculée en prenant la moyenne des deux notes. Chaque exemple doit obtenir une note minimale de 180/300 pour être pris en compte.

- A) **Campagne complète de publicité numérique et dans les médias sociaux.**
- B) **Campagne complète de publicité numérique et dans les médias sociaux, dans les deux langues officielles (français et anglais).**

**Les facteurs suivants seront évalués :**

Veuillez utiliser le format qui suit pour présenter vos exemples. Veuillez noter que les réponses ne devraient pas dépasser six (6) pages.

#### Renseignements généraux :

Nom de l'agence :

Titre de la campagne :

Nom du client :

Dates de la campagne :

Fourchette budgétaire de la campagne :

\_\_\_ Moins de 100 K\$ \_\_\_ 100 K\$ à 400 K\$ \_\_\_ plus de 400 K\$

#### Analyse de situation – maximum de 50 points :

Décrivez les besoins opérationnels ou commerciaux de votre client, ses défis ou ce que l'on a demandé à votre agence. Décrivez le produit, le service ou l'enjeu social qui était au cœur de la campagne, le marché et le ou les auditoires cibles.

#### Réflexion stratégique — maximum de 100 points :

Décrivez la réflexion stratégique qui a animé l'approche créative (y compris votre compréhension des types de médias numériques et sociaux susceptibles de trouver écho dans les auditoires cibles) dont vous vous êtes servi pour réaliser les objectifs de votre client.

Vous devriez notamment fournir un résumé des données clés, de l'information ou des perceptions qui ont mené à vos recommandations stratégiques, et pourquoi; une description de l'idée créatrice; le message principal; le ou les publics cibles; les raisons pour lesquelles vous avez jugé que l'idée provoquerait la réaction voulue chez le public cible.

#### Réalisation de la campagne – maximum de 70 points :

Expliquez comment l'idée créatrice a été concrétisée dans les divers médias numériques et sociaux afin de rejoindre chaque auditoire, et précisez comment les divers éléments de la campagne s'intégraient les uns avec les autres. Décrivez comment votre agence a conçu les actifs créatifs, les a produits et les a déployés sur les diverses plates-formes de médias numériques et sociaux.

Résultats – maximum de 80 points :

Résumez les résultats de la campagne. Ces résultats doivent porter sur toute la durée de la campagne (et non uniquement sur les périodes de pointe, lorsqu'ils étaient optimaux). Précisez les paramètres de la campagne (les indicateurs de rendement clés pour les médias numériques et sociaux) ainsi que les résultats atteints par rapport aux jalons retenus, et dites comment la campagne sur les médias numériques et sociaux a permis d'atteindre les objectifs opérationnels ou commerciaux de votre client.

**1.4.2 Compréhension du besoin – maximum de 100 points**

Les facteurs suivants seront évalués :

**Systèmes de gestion solides – maximum de 50 points**

- I. Décrivez comment le soumissionnaire procédera pour affecter des ressources aux projets, estimer les coûts avec exactitude (en vue de réduire le nombre de changements à apporter au cours du projet) et respecter les budgets et les échéanciers (compte tenu des retards susceptibles d'être causés par le processus d'approbation du client) – maximum de 25 points.
- II. Décrivez les systèmes et les processus qui existent pour gérer des projets de dernière minute qui sont urgents et à forte intensité de main-d'œuvre, ainsi que la façon d'acquérir de la capacité supplémentaire en période de pointe (pour les activités de nature stratégique, de conceptualisation, de conception et de production); citez en exemple un projet précis et la manière dont vos systèmes de gestion ont permis de réaliser des gains d'efficacité et de rendement – jusqu'à 25 points.

**Processus d'assurance de la qualité pour l'adaptation linguistique et créative – 50 points**

- i. Le soumissionnaire doit décrire les processus d'assurance de la qualité en place pour veiller à la qualité du matériel de création traduit ou adapté à partir de l'une des langues officielles du Canada vers l'autre, ou vers de nombreuses autres langues à l'intention de divers groupes ethnoculturels – jusqu'à 25 points.
- ii. Le soumissionnaire doit décrire le processus en place pour examiner le produit créatif final afin de s'assurer qu'il n'y a pas d'erreurs (de langue ou de codage) – jusqu'à 25 points.

## 2. EVALUATION FINANCIERE

Les taux ci-dessous sont seulement pour but de démonstration seulement et ne sont pas censés refléter aucune anticipation et ne représente pas les taux horaire actuels pour les services de publicité.

Afin de déterminer la note de prix, chaque soumission recevable sera évaluée proportionnellement au prix évalué le plus bas et selon un ratio de 30%.

Pour déterminer la note de l'évaluation financière de l'offre, on appliquera les calculs suivants:

**Étape 1 :** Pour chaque soumissionnaire, une moyenne du taux horaire par catégorie de service sera calculée en utilisant chacune des périodes du contrat (période initiale, et les périodes de prolongation).

### Exemple de l'étape 1 :

#### Soumissionnaire A

Catégorie de services	Taux Horaire la période initiale du contrat	Taux Horaire pour la 1ère période de prolongation	Taux Horaire pour la 2ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	80.00\$	80.00\$	90.00\$	83.33\$
Services de planification stratégique	100.00\$	105.00\$	110.00\$	105.00\$
Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	\$100.00	105.00\$	110.00\$	105.00\$
Services de production et de direction créative	80.00\$	80.00\$	90.00\$	83.33\$
Taux pondéré	80.00\$	80.00\$	90.00\$	83.33\$

#### Soumissionnaire B

Catégorie de services	Taux Horaire la période initiale du contrat	Taux Horaire pour la 1ère période de prolongation	Taux Horaire pour la 2ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$
Services de planification stratégique	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$
Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$
Services de production et de direction créative	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$
Taux pondéré	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$

### Soumissionnaire C

Catégorie de services	Taux Horaire la période initiale du contrat	Taux Horaire pour la 1ère période de prolongation	Taux Horaire pour la 2ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	185.00\$	190.00\$	195.00\$	190.00\$
Services de planification stratégique	200.00\$	210.00\$	220.00\$	210.00\$
Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	185.00\$	190.00\$	195.00\$	190.00\$
Services de production et de direction créative	120.00\$	120.00\$	120.00\$	120.00\$
Taux pondéré	120.00\$	120.00\$	120.00\$	120.00\$

### Soumissionnaire D

Catégorie de services	Taux Horaire la période initiale du contrat	Taux Horaire pour la 1ère période de prolongation	Taux Horaire pour la 2ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	90.00\$	95.00\$	100.00\$	95.00\$
Services de planification stratégique	90.00\$	95.00\$	100.00\$	95.00\$
Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	90.00\$	95.00\$	100.00\$	95.00\$
Services de production et de direction créative	90.00\$	95.00\$	100.00\$	95.00\$
Taux pondéré	90.00\$	95.00\$	100.00\$	95.00\$

### Soumissionnaire E

Catégorie de services	Taux Horaire la période initiale du contrat	Taux Horaire pour la 1ère période de prolongation	Taux Horaire pour la 2ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	125.00\$	125.00\$	125.00\$	125.00\$
Services de planification stratégique	105.00\$	105.00\$	105.00\$	105.00\$
Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	125.00\$	125.00\$	125.00\$	125.00\$
Services de production et de direction créative	115.00\$	115.00\$	115.00\$	115.00\$
Taux pondéré	45.00\$	45.00\$	45.00\$	45.00\$

**Étape 2 :** Le taux horaire moyen le plus haut et le plus bas par catégorie de service seront retirés avant de calculer le taux globale par catégorie. S'il y a trois soumissionnaires ou moins, aucun taux horaire sera supprimé.

**Exemple de l'étape 2 :**

Soumissionnaire	Gestion de comptes	Services de planification stratégique	Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	Services de production et de direction créative	Taux pondéré
Soumissionnaire A	83.33\$	105.00\$	105.00\$	83.33\$	83.33\$
Soumissionnaire B	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$
Soumissionnaire C	190.00\$	210.00\$	190.00\$	120.00\$	120.00\$
Soumissionnaire D	95.00\$	95.00\$	95.00\$	95.00\$	95.00\$
Soumissionnaire E	125.00\$	105.00\$	125.00\$	115.00\$	45.00\$
<b>MOYENNE GLOBALE</b>	<b>106.66\$</b>	<b>103.33\$</b>	<b>110.00\$</b>	<b>103.33\$</b>	<b>92.78\$</b>

**Étape 3 :** Une offre sera considérée non-recevable, si le taux horaire moyen d'un soumissionnaire, par catégorie, est plus de 50% en dessous ou 100% au-dessus de la moyenne globale d'une catégorie.

**Exemple de l'étape 3 :**

Soumissionnaire	Gestion de comptes	Services de planification stratégique	Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	Services de production et de direction créative	Taux pondéré
Soumissionnaire A	83.33\$	105.00\$	105.00\$	83.33\$	83.33\$
Soumissionnaire B	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$	100.00\$
Soumissionnaire C	190.00\$	210.00\$	190.00\$	120.00\$	120.00\$
Soumissionnaire D	95.00\$	95.00\$	95.00\$	95.00\$	95.00\$
Soumissionnaire E	125.00\$	105.00\$	125.00\$	115.00\$	45.00\$
<b>MOYENNE GLOBALE</b>	<b>106.66\$</b>	<b>103.33\$</b>	<b>110.00\$</b>	<b>103.33\$</b>	<b>92.78\$</b>
Taux horaire recevable maximum	213.32\$	206.66\$	220.00\$	206.66\$	185.56\$
Taux horaire recevable minimum	53.33\$	51.67\$	55.00\$	51.67\$	46.39\$

L'offre du soumissionnaire C serait considéré non-recevable car il n'a pas rencontré le taux horaire recevable maximum pour les services de planification stratégique. L'offre du soumissionnaire E serait considéré non-recevable car il n'a pas rencontré le taux horaire recevable minimum pour le taux pondéré.

**Étape 4 :** La note pondérée financière sera déterminée par catégorie de service.

**Exemple de l'étape 4 :**

$$\frac{\text{Taux horaire de la proposition le moins-disant}}{\text{Taux horaire du soumissionnaire}} \times 6 = \text{Note financière pondérée par catégorie}$$

Soumissionnaire	Gestion de comptes	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	83.33\$	6.00
Soumissionnaire B	100.00\$	5.00
Soumissionnaire D	95.00\$	5.26

Soumissionnaire	Services de planification stratégique	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	105.00\$	5.43
Soumissionnaire B	100.00\$	5.70
Soumissionnaire D	95.00\$	6.00

Soumissionnaire	Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	105.00\$	5.43
Soumissionnaire B	100.00\$	5.70
Soumissionnaire D	95.00\$	6.00

Soumissionnaire	Services de production et de direction créative	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	83.33\$	6.00
Soumissionnaire B	100.00\$	5.00
Soumissionnaire D	95.00\$	5.26

Soumissionnaire	Taux pondéré	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	83.33\$	6.00
Soumissionnaire B	100.00\$	5.00
Soumissionnaire D	95.00\$	5.26

**Étape 5** : La note financière totale sera calculée en additionnant les notes financières pondérées par catégorie.

Soumissionnaire	Gestion de comptes	Services de planification stratégique	Services stratégiques en matière de mobilisation des médias sociaux et numériques	Services de production et de direction créative	Taux pondéré	Note financière Totale
Soumissionnaire A	6.00	5.43	5.43	6.00	6.00	28.86
Soumissionnaire B	5.00	5.70	5.70	5.00	5.00	26.40
Soumissionnaire D	5.26	6.00	6.00	5.26	5.26	27.78

### ANNEXE "G" – GRILLE D'ÉVALUATION

SOMMAIRE D'ÉVALUATION		
<b>EXIGENCES OBLIGATOIRES</b>	____ SATISFAITES	____ NON SATISFAITES
Exigences obligatoires vérifié par :		Date:
<b>CRITÈRES COTÉES</b>		<b>NOTE OBTENUE</b>
<b>1.4.1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE</b>		
<b>A. Campagne complète de publicité numérique et dans les médias sociaux</b>		
Analyse de la situation	____ / 50	
Réflexion stratégique	____ / 100	
Réalisation de la campagne	____ / 70	
Résultats	____ / 80	
Sous-Total	____ / 300	
<b>B. Campagne complète de publicité numérique et dans les médias sociaux, dans les deux langues officielles (français et anglais)</b>		
Analyse de la situation	____ / 50	
Réflexion stratégique	____ / 100	
Réalisation de la campagne	____ / 70	
Résultats	____ / 80	
Sous-Total	____ / 300	
<b>Moyenne des sous-totaux des exemples - EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE</b>		<b>____ / 300</b>
<b>1.4.2 COMPRÉHENSION DU BESOIN</b>		
Systèmes de gestion solides	____ / 50	
Processus d'assurance de la qualité pour l'adaptation linguistique et créative	____ / 50	
<b>Sous-Total - COMPRÉHENSION DU BESOIN</b>	<b>____ / 100</b>	
<b>TOTAL</b>		<b>____ / 400</b>

#### SIGNATURES DES MEMBRES DE L'ÉVALUATION:

Signature	Date
Signature	Date
Signature	Date

**NOTE À L'INTENTION DES ÉVALUATEURS :** Ces grilles d'évaluation comprennent les critères de base. Ces grilles doivent être utilisées de concert avec la DP afin que l'évaluation se fasse rigoureusement en conformité avec les critères publiés.



## ÉVALUATION TECHNIQUE

### EXIGENCES OBLIGATOIRES

Critère d'évaluation	Satisfait	Non satisfait
<p>O1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE</p> <p>En fournissant deux (2) exemples distincts de campagnes publicitaires numériques et dans les médias sociaux, le soumissionnaire DOIT démontrer qu'il possède la capacité et l'expérience voulues pour élaborer des solutions créatives captivantes et réfléchies au moyen d'une gamme de médias <u>numériques et sociaux</u> s'adressant à divers auditoires (c.-à-d. ayant différents profils démographiques ou ethnographiques) afin de répondre rapidement à des situations de communication. Chacune des deux (2) campagnes citées en exemple DOIT être complète* et avoir été réalisée dans les trois (3) années précédant la clôture des soumissions.</p> <p>REMARQUE : Au moins un des deux (2) exemples présentés DOIT avoir été réalisé dans les deux langues officielles (français et anglais).</p>		
Commentaires:		

**LES PROPOSITIONS QUI NE RESPECTENT PAS TOUS LES CRITÈRES OBLIGATOIRES NE SERONT PAS RETENUES.**

## INSTRUCTIONS AUX ÉVALUATEURS

### VEUILLEZ LIRE TOUT CE DOCUMENT ATTENTIVEMENT AVANT D'ENTREPRENDRE L'ÉVALUATION DES EXIGENCES COTÉES

1. La grille de pointage suivante sera utilisée pour l'évaluation des critères cotés.
2. SEULS les facteurs de pourcentage indiqués dans le tableau suivant doivent être inscrits dans les grilles d'évaluation qui suivent. En d'autres mots, les évaluateurs DOIVENT choisir des facteurs de pourcentage SEULEMENT parmi les suivants : 1, 2, 3, 4, 5 et 0. Les facteurs tels que 1.75, 2.5, etc. NE DOIVENT PAS être utilisés.
3. Les " points " et "pointage total " seront calculés dans les grilles en fonction des facteurs de pourcentage attribués. Les évaluateurs NE DOIVENT PAS attribuer un nombre de " points " ne correspondant pas au facteur de pourcentage. Par exemple, 2.5/10 n'est pas un pointage acceptable, car 2.5 n'est pas un facteur de pourcentage disponible dans le tableau suivant.

Facteur de pourcentage	Pourcentage du total des points	Niveau de notation
0	0%	Aucun détail n'est fourni sur la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. L'évaluation est impossible.
1	20%	Inacceptable - Description très limitée de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Il y a nombreuses faiblesses et/ou déficiences qui présentent un ou des risques important(s) pour le projet.
2	40%	Faible - Description limitée de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Il y a plusieurs faiblesses et/ou déficiences qui présentent un ou des risques important(s) pour le projet.
3	60%	Moyen - Description partielle de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Il y a des faiblesses et/ou déficiences limitées qui présentent un ou des risques faible(s) pour le projet.
4	80%	Satisfaisant - Description complète de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Il y a des faiblesses et/ou déficiences minimales qui ne présenteront vraisemblablement pas de risques pour le projet.
5	100%	Fort - Description exhaustive de la façon dont le soumissionnaire répond à tous les critères et/ou les dépasse. Pas de faiblesse ou de déficiences évidentes. Pas de risques pour le projet.

## EXIGENCES COTÉES

### 1.4.1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE

Les deux exemples de campagnes soumises pour le critère technique obligatoire O1 seront évalués et notés séparément pour un total de 300 points; la note définitive sera calculée en prenant la moyenne des deux notes. Chaque exemple doit obtenir une note minimale de 180/300 pour être pris en compte.

- A) **Campagne complète de publicité numérique et dans les médias sociaux.**
- B) **Campagne complète de publicité numérique et dans les médias sociaux, dans les deux langues officielles (français et anglais).**

Analyse de la situation - Jusqu'à 50 points			
Évaluation du critère	Exemples	Facteur de pourcentage	Points
Décrivez les besoins opérationnels ou commerciaux de votre client, ses défis ou ce que l'on a demandé à votre agence. Décrivez le produit, le service ou l'enjeu social qui était au cœur de la campagne, le marché et le ou les auditoires cibles.	A		____ / 50
	B		____ / 50
Commentaires:			

Réflexion stratégique - Jusqu'à 100 points			
Évaluation du critère	Exemples	Facteur de pourcentage	Points
<p>Décrivez la réflexion stratégique qui a animé l'approche créative (y compris votre compréhension des types de <u>médias numériques et sociaux</u> susceptibles de trouver écho dans les auditoires cibles) dont vous vous êtes servi pour réaliser les objectifs de votre client.</p> <p>Vous devriez notamment fournir un résumé des données clés, de l'information ou des perceptions qui ont mené à vos recommandations stratégiques, et pourquoi; une description de l'idée créatrice; le message principal; le ou les publics cibles; les raisons pour lesquelles vous avez jugé que l'idée provoquerait la réaction voulue chez le public cible.</p>	A		____ / 100
	B		____ / 100
Commentaires:			

Réalisation de la campagne - Jusqu'à 70 points			
Évaluation du critère	Exemples	Facteur de pourcentage	Points
Expliquez comment l'idée créatrice a été concrétisée dans les <u>divers médias numériques et sociaux</u> afin de rejoindre chaque auditoire, et précisez comment les divers éléments de la campagne s'intégraient les uns avec les autres. Décrivez comment votre agence a conçu les actifs créatifs, les a produits et les a déployés sur les diverses plates-formes de médias numériques et sociaux.	A		____ / 70
	B		____ / 70
Commentaires:			

Résultats - Jusqu'à 80 points			
Évaluation du critère	Exemples	Facteur de pourcentage	Points
Résumez les résultats de la campagne. Ces résultats doivent porter sur toute la durée de la campagne (et non uniquement sur les périodes de pointe, lorsqu'ils étaient optimaux). Précisez les paramètres de la campagne (les indicateurs de rendement clés pour les médias numériques et sociaux) ainsi que les résultats atteints par rapport aux jalons retenus, et dites comment la campagne sur les médias numériques et sociaux a permis d'atteindre les objectifs opérationnels ou commerciaux de votre client.	A		____ / 80
	B		____ / 80
Commentaires:			

Pointage sous-total alloué pour l'exemple A: \_\_\_\_ / 300 points

Pointage sous-total alloué pour l'exemple B: \_\_\_\_ / 300 points

Moyenne des sous-totaux des exemples - EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE: \_\_\_\_ / 300 points

## 1.4.2 COMPREHENSION DU BESOIN – MAXIMUM DE 100 POINTS

Les facteurs suivants seront évalués :

### SYSTEMES DE GESTION SOLIDES – MAXIMUM DE 50 POINTS

Ressources et couts –Jusqu'à 25 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Décrivez comment le soumissionnaire procédera pour affecter des ressources aux projets, estimer les coûts avec exactitude (en vue de réduire le nombre de changements à apporter au cours du projet) et respecter les budgets et les échéanciers (compte tenu des retards susceptibles d'être causés par le processus d'approbation du client).		____ / 25
Commentaires:		

Systèmes et processus – Jusqu'à 25 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Décrivez les systèmes et les processus qui existent pour gérer des projets de dernière minute qui sont urgents et à forte intensité de main-d'œuvre, ainsi que la façon d'acquérir de la capacité supplémentaire en période de pointe (pour les activités de nature stratégique, de conceptualisation, de conception et de production); citez en exemple un projet précis et la manière dont vos systèmes de gestion ont permis de réaliser des gains d'efficacité et de rendement.		____ / 25
Commentaires:		

**PROCESSUS D'ASSURANCE DE LA QUALITÉ POUR L'ADAPTATION LINGUISTIQUE ET CRÉATIVE –  
MAXIMUM DE 50 POINTS**

Processus d'assurance de la qualité du matériel de création – Jusqu'à 25 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire doit décrire les processus d'assurance de la qualité en place pour veiller à la qualité du matériel de création traduit ou adapté à partir de l'une des langues officielles du Canada vers l'autre, ou vers de nombreuses autres langues à l'intention de divers groupes ethnoculturels.		____ / 25
Commentaires:		

Processus en place pour examiner le produit créatif final – Jusqu'à 25 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire doit décrire le processus en place pour examiner le produit créatif final afin de s'assurer qu'il n'y a pas d'erreurs (de langue ou de codage).		____ / 25
Commentaires:		

**Pointage total alloué pour le critère COMPREHENSION DU BESOIN: \_\_\_\_ / 100 points**