



Request for Proposal IC401683

Making Canada a destination of choice for travelers seeking world-class culinary experiences

AMENDMENT 002

The purpose of this amendment is to remove the security requirement, extend the closing date of the solicitation and change Annex A and Annex C of the RFP as follows:

- DELETE** page 1 and **REPLACE** with the following:

RETURN BIDS TO:

RETOURNER LES SOUMISSIONS À:

Innovation, Science and Economic
Development Canada / Innovation, Sciences et
Développement économique Canada
Contracts & Materiel Management
235 rue Queen Street
Bid Receiving Area / Module de réception des
soumissions
Mail Scanning / Salle de scanographie
S-143, Level / Niveau S1
Ottawa, Ontario K1A 0H5
Attention: Chantal Lafleur

**REQUEST FOR PROPOSAL
DEMANDE DE PROPOSITION**

**Proposal To: Innovation, Science and
Economic Development 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 thereof.

**Proposition à: Innovation, Sciences et
Développement économique 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

Title - Sujet	
Making Canada a destination of choice for travelers seeking world-class culinary experiences	
Solicitation No. - N° de l'invitation	Date
IC401683	June 2, 2017
Solicitation Closes - L'invitation prend fin	Time Zone Fuseau horaire
at - à 02:00 PM on - le July 19, 2017	Eastern Standard Time (EST)
F.O.B. - F.A.B.	
Plant: <input type="checkbox"/> Destination: <input checked="" type="checkbox"/> Other: <input type="checkbox"/>	
Address Inquiries to : Adresser toutes questions à:	
Chantal Lafleur Chantal.lafleur2@canada.ca	
Telephone No. - N° de téléphone	
613-990-5937	
Destination – of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction:	
See Herein Précisé dans les présentes	

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

Delivery required - Livraison exigée	Delivered Offered - Livraison proposée
See Herein	



This document does not contain a Security Requirement - Ce document ne contient pas une exigence de sécurité

Issuing Office - Bureau de distribution
Innovation, Science and Economic
Development Canada / Innovation,
Sciences et Développement économique
Canada
Contracts & Materiel Management /
Contrats et gestion du matériel
235 rue Queen Street
Ottawa, Ontario, K1A 0H5

Vendor/firm Name and full address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Facsimile No. - N° de télécopieur Telephone No. - N° de téléphone	
Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/firm (type or print) Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/ de l'entrepreneur (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)	
_____ Signature	_____ Date

2. At Part 1 – General Information, DELETE 2. Summary and REPLACE with the following:

It is intended to result in the award of one contract for approximately six (6) months for the services of a Contractor to prepare an analysis of the culinary tourism industry in Canada, and to provide options for developing a strategy to grow the industry, by making Canada a destination of choice for international travelers seeking world-class culinary experiences.

The requirement is subject to the provisions of the North American Free Trade Agreement (NAFTA).

3. DELETE Attachment 1 to Part 3 – Pricing Schedule and REPLACE with the following:

1.1 The Bidder must complete this pricing schedule and include it in its financial proposal. **Pricing must only be contained in the financial proposal.** A price breakdown must be provided for the firm all-inclusive rates.

1.2 Bidders shall quote in Canadian dollar (CAD), firm prices/rates as indicated in the tables below that include all costs necessary to perform the work (including overhead, profit, and all related costs). The taxes must be indicated separately, as applicable. Failure to provide pricing for an item will render the bid non-responsive.

1.3 The prices given below for the services will remain in force for the entire duration of the contract.

Initial Contract Period:

PRICING SCHEDULE 1 – INITIAL CONTRACT PERIOD			
Milestone No.	Description	Delivery Date	Firm Amount (CAD)
1	Phase 1: Diagnostic: Inventory, global best practices and gap analysis	60 days from Contract award	\$
2	Phase 2: Outreach to stakeholders	60 days following delivery of Phase 1	\$



3	Phase 3: Options for a culinary tourism strategy	60 days following delivery of Phase 2	\$
Pricing Schedule 1 Total (excluding tax):			\$
Applicable taxes			\$

The maximum funding available for the Contract resulting from the bid solicitation is \$78,300.00 (Applicable Taxes extra). Bids valued in excess of this amount will be considered non-responsive. This disclosure does not commit Canada to pay the maximum funding available.

4. **DELETE** Part 6 – Security Requirements in its entirety.

5. At Part 7 – Resulting Contract Clauses, **DELETE** 3. Security Requirements and **REPLACE** with the following:

3. Non-Disclosure Agreement

The Contractor must obtain from its employee(s) or subcontractor(s) the completed and signed non-disclosure agreement, attached at Annex C, and provide it to the Contracting Authority before they are given access to information by or on behalf of Canada in connection with the Work.

6. **DELETE** Annex A – Statement of Work and **REPLACE** with the following:

1.0. TITLE

Making Canada a destination of choice for travelers seeking world-class culinary experiences

2.0. OBJECTIVE

Innovation Science and Economic Development Canada requires the services of a Contractor to prepare an analysis of the culinary tourism industry in Canada, and to provide options for developing a strategy to grow the industry, by making Canada a destination of choice for international travelers seeking world-class culinary experiences.

3.0 BACKGROUND

Worldwide, tourism presents a global opportunity for sustained growth. It is a US\$1.5 trillion industry. In 2015, international tourism arrivals exceeded 1.2 billion people, 50 million more than the previous year (reflecting 4.4 per cent growth). According to the United Nations World Tourism Organization (UNWTO) international tourism represents 7 per cent of total world exports and 30 per cent of service exports. The share of tourism in overall exports of goods and services rose from 6 to 7 per cent in 2015, outpacing growth in merchandise trade. This growth is expected to be sustainable, with an average annual rate of growth of 4 per cent since 2010, and a projected average annual growth rate of 3.3 per cent through to 2030.

Canada has an opportunity to benefit from the sustained and inclusive growth that the global tourism sector offers and has had recent successes in attracting international tourists. 2015 was a strong year that saw the number of international visitors to Canada grow by 7.5 per cent to reach 17.8 million; and 2016 saw further growth of 11 per cent, to reach almost 20 million tourists a figure that is approaching our all-time high of just over 20 million, in 2002. With celebrations of Canada 150 underway, 2017 is expected to be another strong year for international tourism.



Tourism is a vital contributor to the Canadian economy, and is an important driver of job creation in Canada. It is our largest service export and represents close to 2 per cent of Canada's GDP. In 2016, revenues from international tourists amounted to \$20 billion, an increase of 10.8 per cent over 2015. Domestic tourism accounted for \$71.6 billion in revenues in 2016. One in 11 jobs (1.7 million) is associated with the tourist economy, and 721,600 people work directly in the sector. Statistics Canada estimates that there were 192,000 tourism businesses in Canada in 2014; over 99 per cent of them were small and medium enterprises (SMEs). Tourism is important in all regions, and is present in both urban and rural areas, in Indigenous communities and in the North. Tourism is a uniquely inclusive industry, as its benefits can be found virtually everywhere in the country.

On May 11, 2017, the Minister of Small Business and Tourism launched Canada's New Tourism Vision (CNTV). Led by Innovation, Science and Economic Development Canada, CNTV is a whole-of-government approach to growing international visitation to Canada and, in the process, helping our tourism industry to grow. Among the action items set out in CNTV is a commitment to commission a research study with options for developing the culinary tourism sector in Canada.

The potential of culinary tourism: There are clear indications that tourists are driven by culinary experiences. Culinary tourism initiatives may be defined as the use of food and drink experiences as incentives to travel. Increasingly, food and drink are considered essential to a tourist's travel experience. According to Statistics Canada, approximately one fifth of spending by international travelers in Canada is on food and beverages. Recognizing this opportunity, there are numerous examples of service providers and organizations at the local and provincial level working together to let the world know about their culinary offerings.

Canada's advantages and challenges: There are, therefore, clearly opportunities for Canada to capitalize on its culinary offerings in order to help grow the tourism industry. Canada has chefs, restaurants and regional products of considerable renown, and major cities with reputations for providing high-quality culinary experiences. Food is a product for all seasons that can be associated with other tourism products. Canada has two major wine growing regions, as well as several smaller ones, and we have regional cuisines with international reputations that are closely associated with local agri-food production, such as seafood in the Atlantic provinces and British Columbia, maple syrup production in Quebec, major wine-growing regions in Ontario and British Columbia, craft beer in several regions, beef in the Prairies, arctic char and smoked seafood products in northern and Indigenous communities. However, Canada faces certain challenges. No one national cuisine is closely identified with Canada; given the great variety of foods and styles that are associated with Canada, it is difficult to communicate to consumers a well-defined style and image of Canadian cuisine.

4.0 STATEMENT OF WORK

The Contractor shall perform and complete with care, skill, diligence and efficiency the work that is described in this section entitled "Statement of Work".

4.1. Tasks, Activities, Milestones, Deliverables:

The Work will be carried out in three phases:

1. Diagnostic: Inventory, global best practices and gap analysis

Recalling the definition of culinary tourism initiatives provided in the Background, the Contractor will prepare a diagnostic of Canadian culinary tourism initiatives that includes a descriptive inventory of important local culinary tourism initiatives throughout the country, covering both product development and marketing strategies. The inventory of initiatives will include:



- Notable examples of culinary tourism offerings, including those by small, medium and large businesses, as well as a descriptive analysis of particularly innovative business models;
- Regional or local culinary and agri-food industry associations and their notable tourism-oriented promotional activities (such as annual culinary tourism shows, and marketing efforts);
- Efforts of provincial / territorial marketing organizations and destination marketing organizations focussed on culinary tourism.

The Contractor will also prepare an overview of best practices worldwide. “Best practices” are those innovative approaches to raising consumer awareness or product development related to culinary tourism that, in the expert opinion of the contractor, best leverage the advantages of a country, a region, a culinary tourism service provider or association of providers. The Contractor will include any applicable global examples of countries or regions that have faced advantages and challenges that are comparable to those faced by Canada as a culinary tourism destination (as described in the Background, above). The Contractor will also include examples of the ways in which SMEs have been incorporated into culinary tourism strategies in foreign jurisdictions, and best practices thereof. The Contractor will also examine how other countries integrate their agri-food production into their culinary tourism strategies.

As part of the international review, the Contractor will also provide observations on the current state of Canada’s reputation abroad as a culinary destination.

Based on the inventory and global review, the Contractor will prepare a diagnostic of the strengths, weaknesses and challenges faced by players in the culinary tourism sector – based on what is happening in the Canadian sector, in light of what is happening elsewhere.

Deliverable: Within 60 days of the contract being awarded, the Contractor will provide the Government with a draft diagnostic. The Contractor will also prepare a summary discussion report which can serve as the basis for the meetings and roundtables with stakeholders in phase 2. A final report, and summary discussion report, will be provided within 15 days of receipt of comments on the draft by the Project Authority.

2. Outreach to stakeholders

The Contractor will meet with stakeholders to discuss the preliminary observations set out in the diagnostic. Meetings will include roundtables in at least four (4) of the following regions: the Atlantic, Quebec, Ontario, the Prairie Provinces, the North, and British Columbia.

Meetings could be bilateral, or take place in a roundtable style, with up to ten (10) interested stakeholders per session, chosen from the Contractor’s own network of professional contacts, in consultation with the Project Authority. The Contractor should, to the best of their ability, attempt to include Indigenous representation and SME representation in each of the regions. SME representation may include small business owners (e.g., restaurant owners) or leaders of industry associations representing relevant SMEs. The Contractor should also include representation from agri-food industries. Issues to be raised with stakeholders will include, but not limited to:

- Stakeholders’ views on what action is needed – by the private and public sectors – to spur innovative culinary tourism product development and to implement successful marketing programs.
- Stakeholders’ views of the role of government in supporting a strategy to develop the culinary tourism sector?

The Contractor will not ask stakeholders to provide sensitive or confidential information respecting their businesses.

Deliverable: Within 60 days of providing the diagnostic under phase 1, the Contractor will prepare a draft report summarizing the above discussions with stakeholders.

3. Options for a culinary tourism strategy



Based on the previous two phases, the contractor will prepare a final report that will set out options for action, including, but not limited to:

- strategies for industry action;
- strategies consisting of government and industry collaboration; and
- options wherein the government can provide a spur to an industry-led strategy.

Options should:

- be focussed not only on marketing, but place an emphasis on product development and market readiness as well;
- be industry-driven, recognizing that the key to growth through private-sector is innovation, and recognizing the important role that SMEs play in the sector;
- account for the variety of Canada’s culinary offerings – in its geographic, cultural and linguistic diversity, including Indigenous cultures and the North, and build on our current reputational strengths as a culinary destination and agri-food producer.

Deliverable: Within 60 days of providing the deliverable under phase 2 of the project, the Contractor will provide a draft report on phase 3 with options for a culinary tourism strategy. A final report will be provided within 15 days of receipt of comments on the draft provided by the Project Authority.

4.2 Contractor’s Obligations:

In addition to the requirements specified in the Statement of Work, the Contractor shall:

- Upon concern of completing a deliverable or over expenditure, immediately inform the Project Authority by telephone and suggest options to respond to Departmental concerns.
- Monitor the proposed personnel’s performance to ensure that the work is completed on time, on budget and to the satisfaction of the Project Authority.

4.3 Innovation, Science and Economic Development Canada’s Obligations:

- Access to a staff member who will be available to coordinate activities;
- Provide comments on draft reports within five (5) working days.

5.0 CONSTRAINTS

The Contractor could face challenges in gathering a large enough number of stakeholders to provide an adequate cross-section of culinary tourism industry perspectives. Information on global examples of culinary tourism approaches could be limited in access to the Contractor for linguistic reasons.

6.0 OFFICIAL LANGUAGES

The Department has an obligation to respect the spirit and the letter of the Official Languages Act. It is therefore, imperative that the bidder’s team includes individuals fluent in both official languages in order to communicate verbally and in writing in the preferred official

7. DELETE Annex C – Security Requirements Check List and REPLACE with the following:

ANNEX C - NON-DISCLOSURE AGREEMENT

I, _____, recognize that in the course of my work as an employee or subcontractor of _____, I may be given access to information by or on behalf of Canada in connection



with the Work, pursuant to Contract Serial No. (will be completed at contract award) between Her Majesty the Queen in right of Canada, represented by the Minister of Innovation, Science and Economic Development Canada, including any information that is confidential or proprietary to third parties, and information conceived, developed or produced by the Contractor as part of the Work. For the purposes of this agreement, information includes but is not limited to: any documents, instructions, guidelines, data, material, advice or any other information whether received orally, in printed form, recorded electronically, or otherwise and whether or not labeled as proprietary or sensitive, that is disclosed to a person or that a person becomes aware of during the performance of the Contract.

I agree that I will not reproduce, copy, use, divulge, release or disclose, in whole or in part, in whatever way or form any information described above to any person other than a person employed by Canada on a need to know basis. I undertake to safeguard the same and take all necessary and appropriate measures, including those set out in any written or oral instructions issued by Canada, to prevent the disclosure of or access to such information in contravention of this agreement.

I also acknowledge that any information provided to the Contractor by or on behalf of Canada must be used solely for the purpose of the Contract and must remain the property of Canada or a third party, as the case may be.

I agree that the obligation of this agreement will survive the completion of the Contract Serial No.: (will be completed at contract award).

Signature

Date

****All other terms and conditions remain unchanged.**



Demande de soumissions IC401683

Stratégies visant à faire du Canada une destination de choix pour les voyageurs qui cherchent à vivre des expériences culinaires de classe mondiale

MODIFICATION 002

Le but de cette modification est de supprimer l'exigence de sécurité, d'étendre la date de clôture de la sollicitation et de modifier l'annexe A et l'Annexe C de la DDP comme suit :

- SUPPRIMER** la page 1 et **REEMPLACER** avec le suivant :

RETURN BIDS TO:

RETOURNER LES SOUMISSIONS À:

Innovation, Science and Economic
Development Canada / Innovation, Sciences et
Développement économique Canada
Contracts & Materiel Management
235 rue Queen Street
Bid Receiving Area / Module de réception des
soumissions
Mail Scanning / Salle de scanographie
S-143, Level / Niveau S1
Ottawa, Ontario K1A 0H5
Attention: Chantal Lafleur

REQUEST FOR PROPOSAL DEMANDE DE PROPOSITION

Proposal To: Innovation, Science and Economic Development 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 thereof.

Proposition à: Innovation, Sciences et Développement économique 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

Title - Sujet	
Stratégies visant à faire du Canada une destination de choix pour les voyageurs qui cherchent à vivre des expériences culinaires de classe mondiale	
Solicitation No. - N° de l'invitation	Date
IC401683	2 juin, 2017
Solicitation Closes - L'invitation prend fin	Time Zone Fuseau horaire
at - à 02:00 PM on - le 19 juillet, 2017	Eastern Standard Time (EST)
F.O.B. - F.A.B.	
Plant: <input type="checkbox"/> Destination: <input checked="" type="checkbox"/> Other: <input type="checkbox"/>	
Address Inquiries to : Adresser toutes questions à:	
Chantal Lafleur Chantal.lafleur2@canada.ca	
Telephone No. - N° de téléphone	
613-990-5937	
Destination – of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction:	
See Herein Précisé dans les présentes	

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

Delivery required - Livraison exigée	Delivered Offered - Livraison proposée
See Herein	



This document does not contain a Security Requirement - Ce document ne contient pas une exigence de sécurité

Issuing Office - Bureau de distribution
Innovation, Science and Economic
Development Canada / Innovation,
Sciences et Développement économique
Canada
Contracts & Materiel Management /
Contrats et gestion du matériel
235 rue Queen Street
Ottawa, Ontario, K1A 0H5

Vendor/firm Name and full address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Facsimile No. - N° de télécopieur Telephone No. - N° de téléphone	
Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/firm (type or print) Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/ de l'entrepreneur (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)	
Signature	Date

2. A la Partie 1 – Renseignements généraux, **SUPPRIMER** 2. Sommaire et **REEMPLACER** avec le suivant :

Il est prévu d'attribuer un contrat pendant environ six (6) mois pour les services d'un entrepreneur pour effectuer une analyse sur l'industrie du tourisme culinaire au Canada, ainsi que pour fournir des options visant l'élaboration d'une stratégie de croissance dans ce secteur d'activité, en faisant du Canada une destination de choix pour les voyageurs internationaux à la recherche d'expériences culinaires de classe mondiale.

Ce besoin est assujéti aux dispositions de l'Accord sur les marchés publics de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

3. **SUPPRIMER** La pièce jointe 1 de la Partie 3 – Barème de prix et **REEMPLACER** avec le suivant :

1.1 L'offrant doit remplir cette annexe de prix et l'inclure dans sa proposition financière. **Les prix doivent être contenus dans la proposition financière seulement.** Un détail de prix doit être fourni pour les taux fermes, tout compris.

1.2 Les offrants doivent citer en dollar canadien (CAD), les prix fermes / prix, comme indiqué dans le tableau ci-dessous qui comprennent tous les coûts nécessaires pour effectuer le travail. Toutes les taxes applicables doivent être indiquées séparément, le cas échéant. Le défaut de fournir les prix pour un article rendra la soumission non recevable.

1.3 Les prix indiqués ci-dessous pour les services resteront en vigueur pendant toute la durée du contrat.

Période de contrat initiale :

BARÈME DE PRIX– PÉRIODE DE CONTRAT INITIALE			
Numéro de l'étape	Description	Date de livraison	Montant Ferme (CDN)
1	Étape 1: Diagnostic : Inventaire, pratiques exemplaires mondiales et analyse des lacunes	60 jours à compter de l'attribution du contrat	\$



2	Étape 2: Liaison avec les intervenants	60 jours après la livraison de l'étape 1	\$
3	Étape 3: Options à l'égard d'une stratégie de tourisme culinaire	60 jours après la livraison de l'étape 2	\$
Total du barème de prix 1 (hors taxe) :			\$
Taxes applicables :			\$

Le financement maximal disponible pour le contrat qui découlera de la demande de soumissions est de 78 300.00 \$ (taxes applicables en sus). Toute soumission dont la valeur est supérieure à cette somme sera jugée non recevable. Le fait de divulguer le financement maximal disponible n'engage aucunement le Canada à payer cette somme.

4. **SUPPRIMER** Partie 6 – Exigences relatives à la sécurité dans son intégralité.
5. A la Partie 7 – Clauses du contrat subséquent, **SUPPRIMER** 3. Exigences relatives à la sécurité et **REMPPLACER** avec le suivant :

3. Accord de non-divulgation

L'entrepreneur doit obtenir auprès de son (ses) employé (s) ou sous-traitant (s) l'accord de non-divulgation dûment rempli et signé, joint à l'annexe C, et le fournir à l'autorité contractante avant d'avoir accès à l'information par le Canada ou dans le cadre du travail.

6. **SUPPRIMER** Annexe A – Énoncé des travaux et **REMPPLACER** avec le suivant :

1.0 TITRE

Stratégies visant à faire du Canada une destination de choix pour les voyageurs qui cherchent à vivre des expériences culinaires de classe mondiale

2.0 OBJECTIF

Innovation, Sciences et Développement économique (ISDE) Canada recherche les services d'un entrepreneur pour effectuer une analyse sur l'industrie du tourisme culinaire au Canada, ainsi que pour fournir des options visant l'élaboration d'une stratégie de croissance dans ce secteur d'activité, en faisant du Canada une destination de choix pour les voyageurs internationaux à la recherche d'expériences culinaires de classe mondiale.

3.0 CONTEXTE

Le tourisme représente une occasion de croissance économique soutenue à l'échelle mondiale. Il s'agit d'une industrie de 1,5 mille milliards de dollars américains. En 2015, le nombre d'arrivées de touristes internationaux a dépassé le seuil de 1,2 milliard de personnes, soit 50 millions de plus que l'année précédente (ce qui représente une croissance de 4,4 pour cent). Selon l'Organisation mondiale du tourisme des Nations Unies, le tourisme international représente 7 pour cent des exportations totales mondiales et 30 pour cent des exportations dans le secteur des services. En ce qui concerne les exportations globales de biens et de services, la part du tourisme est passée de 6 à 7 pour cent en 2015, une croissance supérieure à celle du commerce de marchandises. Cette croissance devrait être durable,



puisqu'un taux de croissance annuel moyen de 4 pour cent a été observé depuis 2010, et qu'un taux de croissance annuel moyen de 3,3 pour cent est prévu jusqu'en 2030.

Le Canada a la chance de pouvoir bénéficier de cette croissance soutenue et inclusive offerte par le secteur du tourisme mondial et peut se targuer d'avoir connu du succès récemment dans ses efforts visant à attirer les touristes internationaux. L'année 2015 a été excellente à tous points de vue, puisque le nombre de visiteurs internationaux au Canada s'est accru de 7,5 pour cent pour atteindre 17,8 millions de personnes. En 2016, ce nombre a bondi de 11 pour cent, pour se chiffrer à tout près de 20 millions de touristes, tout près de notre sommet historique d'un peu plus de 20 millions enregistré en 2002. En raison des célébrations du 150^e anniversaire du Canada en cours, 2017 devrait s'avérer une autre année fructueuse pour le tourisme international.

La contribution du secteur du tourisme est vitale pour l'économie canadienne et un facteur clé de la création d'emplois au Canada. En contribuant à près de 2 pour cent du produit intérieur brut du pays, le tourisme constitue notre plus important produit d'exportation. En 2016, les recettes générées par le tourisme international se sont chiffrées à 20 milliards de dollars, soit une hausse de 10,8 pour cent comparativement à 2015. Les recettes générées par le tourisme intérieur ont atteint 71,6 milliards de dollars en 2016. Un emploi sur 11 (1,7 million) est lié à l'économie touristique, et 721 600 personnes travaillent directement dans ce secteur. Selon les estimations de Statistique Canada, on dénombrait 192 000 entreprises touristiques au Canada en 2014, et plus de 99 pour cent d'entre elles étaient des petites ou moyennes entreprises (PME). Le tourisme occupe une place importante dans toutes les régions, étant présent tant en milieu urbain que dans les régions rurales, ainsi que dans les collectivités autochtones et dans le Nord. Le tourisme est un secteur d'activité particulièrement inclusif, puisqu'il génère des retombées presque partout au pays.

Le 11 mai 2017, la ministre de la Petite Entreprise et du Tourisme a annoncé le lancement de la nouvelle vision du tourisme du Canada. Dirigée par ISDE Canada, la nouvelle vision du tourisme du Canada se veut une approche pangouvernementale en matière de croissance du tourisme international au Canada et, de ce fait, elle favorise la croissance de notre industrie touristique. Dans la liste des mesures de suivi établie par la nouvelle vision du tourisme du Canada figure un engagement à commander une étude visant à formuler des options axées sur le développement du secteur du tourisme culinaire au Canada.

Le potentiel du tourisme culinaire : Il y a tout lieu de croire que les touristes sont attirés par les expériences culinaires. Les initiatives en matière de tourisme culinaire peuvent se définir comme l'offre d'expériences en matière de nourriture et de boissons en tant qu'incitatifs pour voyager. La nourriture et les boissons sont de plus en plus considérées comme des éléments essentiels faisant partie de l'expérience de voyage offerte aux touristes. Selon Statistique Canada, les voyageurs internationaux dépensent environ un cinquième de leur budget en nourriture et en boissons. Il existe de nombreux exemples de fournisseurs de services et d'organisations, à l'échelle locale et provinciale qui, conscients qu'il s'agit là d'une occasion unique, collaborent afin de faire connaître au monde entier leurs produits culinaires.

Avantages et défis du Canada : Le Canada dispose donc manifestement de la possibilité de tirer profit de la vaste gamme de propositions culinaires qu'il a à offrir, et ce, de façon à contribuer à la prospérité de l'industrie touristique. Le Canada peut compter sur des chefs, sur des restaurants et sur des produits régionaux très réputés, et sur des grandes villes reconnues pour la haute qualité des expériences culinaires qu'elles offrent. La nourriture est un produit disponible en toutes saisons et que l'on peut associer à d'autres produits touristiques. En outre, le Canada compte deux régions productrices de vin principales ainsi que plusieurs régions plus petites, et nous avons des cuisines régionales reconnues internationalement qui sont étroitement associées à la production agroalimentaire locale, comme les fruits de mer dans les provinces de l'Atlantique et en Colombie-Britannique, la production de sirop d'érable au Québec, les importantes régions viticoles en Ontario et en Colombie-Britannique, la production de bière artisanale dans de nombreuses régions, le bœuf dans les Prairies, l'omble chevalier et les produits de la mer fumés dans les collectivités du Nord et autochtones. Toutefois, le Canada doit faire face à certains défis. Il n'est pas possible de déterminer ce qui constitue la cuisine nationale typiquement canadienne;



étant donné la grande variété d'aliments et de styles associés au Canada, il s'avère difficile de présenter aux consommateurs une image et un style bien défini de ce qui constitue la cuisine canadienne.

4.0 ÉNONCÉ DES TRAVAUX

L'entrepreneur doit exécuter et terminer avec minutie, compétence, diligence et efficacité les travaux décrits dans cette section intitulée « Énoncé des travaux ».

4.1 Tâches, activités, jalons et livrables

Les travaux s'effectueront en trois étapes :

1. ***Diagnostic : Inventaire, pratiques exemplaires mondiales et analyse des lacunes***

Tout en gardant à l'esprit la définition sur les initiatives en matière de tourisme culinaire fournie à la section « Contexte », l'entrepreneur devra élaborer un diagnostic sur les initiatives en matière de tourisme culinaire canadien, lequel diagnostic comprend l'inventaire descriptif des principales initiatives en matière de tourisme culinaire à l'échelle locale dans l'ensemble du pays, qui couvre à la fois le développement de produits et les stratégies de commercialisation. L'inventaire des initiatives devra comprendre ce qui suit:

- des exemples concrets de produits offerts aux touristes culinaires, y compris les produits offerts par les petites, les moyennes et les grandes entreprises, ainsi qu'une analyse descriptive des modèles de gestion particulièrement novateurs;
- une liste des associations de l'industrie culinaire et agroalimentaire à l'échelle locale ou régionale et de leurs activités promotionnelles axées sur le tourisme dignes de mention (comme les expositions annuelles sur le tourisme culinaire et les efforts de marketing);
- les efforts mis de l'avant par les organisations de marketing et organisations de marketing de destination, provinciales et territoriales, axées sur le tourisme culinaire.

L'entrepreneur devra également préparer un document fournissant un aperçu des pratiques exemplaires mondiales. Par « pratiques exemplaires », on entend ces approches novatrices qui visent à sensibiliser davantage les consommateurs ou à favoriser le développement de produits en ce qui concerne le tourisme culinaire et qui, selon l'expertise de l'entrepreneur, permettent de tirer le meilleur parti des avantages offerts par un pays, une région, un fournisseur de services en matière de tourisme culinaire ou une association de fournisseurs. L'entrepreneur devra fournir des exemples pertinents à l'échelle mondiale de pays ou de régions qui ont dû relever des défis ou qui ont bénéficié d'avantages comparables à ceux du Canada en tant que destination de tourisme culinaire (comme il est indiqué dans la section « Contexte » présentée ci-dessus). L'entrepreneur devra également présenter des exemples expliquant comment on a intégré les PME aux stratégies en matière de tourisme culinaire dans les pays étrangers, et des meilleures pratiques qui en ont résulté. L'entrepreneur examinera aussi comment les autres pays intègrent leur production agroalimentaire à leurs stratégies en matière de tourisme culinaire.

Dans le cadre de l'examen international, l'entrepreneur fournira également des observations sur l'état actuel de la réputation du Canada à l'étranger en tant que destination culinaire.

En se fondant sur l'inventaire et l'évaluation globale, l'entrepreneur devra présenter un diagnostic des forces, des faiblesses et des défis auxquels font face les joueurs du secteur du tourisme culinaire, et ce, en fonction de ce qui se passe dans le secteur canadien et à la lumière de ce qui se passe ailleurs.

Livrable : L'entrepreneur doit fournir au gouvernement une version préliminaire du document de diagnostic dans les 60 jours suivant l'attribution du contrat. L'entrepreneur doit également rédiger un rapport contenant un résumé des discussions, sur lequel pourront se fonder les réunions et les tables rondes auxquelles se joindront des intervenants à l'étape 2. Un rapport final ainsi que le rapport du



résumé des discussions seront présentés dans les 15 jours suivant la réception des commentaires sur la version préliminaire du document de diagnostic par le chargé de projet.

2. *Liaison avec les intervenants*

L'entrepreneur devra rencontrer les intervenants pour discuter des observations préliminaires formulées dans le document de diagnostic. Les réunions devront comprendre des tables rondes qui se tiendront dans au moins quatre (4) des régions suivantes : l'Atlantique, le Québec, l'Ontario, les Provinces des Prairies, le Nord et la Colombie-Britannique.

Ces réunions peuvent adopter la formule bilatérale ou prendre la forme de tables rondes, et jusqu'à dix (10) intervenants intéressés peuvent y assister à chaque séance. Ces intervenants auront par ailleurs été choisis à partir du réseau de contacts professionnels de l'entrepreneur, en consultation avec le chargé de projet. L'entrepreneur doit, au mieux de ses capacités, tenter d'inclure un représentant des collectivités autochtones et un représentant des PME pour chacune des régions. Pour ce qui est du représentant des PME, il peut s'agir des propriétaires d'une petite entreprise (p. ex. les propriétaires d'un restaurant) ou encore les dirigeants d'associations industrielles chargés de représenter les PME pertinentes. L'entrepreneur doit également inclure des représentants des industries agroalimentaires. Les questions qui doivent être abordées avec les intervenants comprendront, entre autres :

- le point de vue des intervenants sur les mesures à prendre nécessaires (tant de la part du secteur privé que du secteur public) pour encourager le développement de produits novateurs de tourisme culinaire, ainsi que pour mettre en œuvre des programmes marketing efficaces;
- le point de vue des intervenants sur le rôle que doit jouer le gouvernement relativement au soutien d'une stratégie visant à développer le secteur du tourisme culinaire.

L'entrepreneur ne demandera pas aux intervenants de fournir des informations sensibles ou confidentielles concernant leurs entreprises.

Livrable : L'entrepreneur doit rédiger un rapport préliminaire contenant un résumé des discussions susmentionnées avec les intervenants, et ce, dans les 60 jours suivant la présentation du document de diagnostic prévu à l'étape 1.

3. *Options à l'égard d'une stratégie de tourisme culinaire*

Conformément à ce qui est énoncé dans les deux phrases précédentes, l'entrepreneur doit rédiger un rapport final formulant des options sur les mesures à prendre, qui inclura, entre autres choses :

- des stratégies sur les mesures à prendre de la part de l'industrie;
- des stratégies sur la collaboration entre le gouvernement et l'industrie;
- des options qui permettraient au gouvernement d'encourager une stratégie dirigée par l'industrie.

Les options doivent:

- non seulement mettre l'accent sur le marketing, mais également sur le développement de produits et sur la préparation à la mise en marché;
- être axées sur l'industrie, tout en reconnaissant que la clé de la croissance dans le secteur privé est l'innovation et que les PME jouent un rôle essentiel dans ce secteur;
- tenir compte de la variété de la gamme de produits culinaires offerts au Canada, et ce, en fonction de sa diversité géographique, culturelle et linguistique, et qui comprend les cultures



autochtones et de la région du Nord, et miser sur les forces actuelles de notre réputation en tant que destination culinaire et pays producteur de produits agroalimentaires.

Livrable : L'entrepreneur doit présenter un rapport préliminaire sur l'étape 3 contenant des options relativement à une stratégie de tourisme culinaire dans les 60 jours suivant la prestation du livrable exigé à l'étape 2 du projet. Un rapport final doit être présenté dans les 15 jours suivant la réception des commentaires sur la version préliminaire du document de diagnostic fourni par le chargé de projet.

4.2 Obligations de l'entrepreneur

En plus des exigences précisées dans l'Énoncé des travaux, l'entrepreneur devra :

- informer immédiatement par téléphone le chargé de projet de tout problème relatif à l'exécution d'un livrable ou au dépassement du budget, et lui présenter des options afin de répondre aux préoccupations ministérielles;
- surveiller le rendement du personnel proposé pour s'assurer que les travaux seront exécutés dans les délais prévus, respecteront le budget prévu et répondront aux attentes du chargé de projet.

4.3 Obligations d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada

- Faciliter l'accès à un membre du personnel qui sera disponible pour coordonner les activités.
- Fournir des commentaires sur les rapports préliminaires dans un délai de cinq (5) jours ouvrables.

5.0 CONTRAINTES

L'entrepreneur pourrait avoir de la difficulté à réunir un nombre suffisant d'intervenants lui permettant de fournir un échantillon adéquat des perspectives qui s'offrent à l'industrie du tourisme culinaire.

L'entrepreneur pourrait disposer d'un accès limité, pour des raisons linguistiques, à des renseignements sur des exemples d'approches utilisées à l'échelle mondiale en matière de tourisme culinaire.

6.0 LANGUES OFFICIELLES

Le Ministère est tenu de respecter l'esprit et la lettre de la *Loi sur les langues officielles*. Par conséquent, l'équipe de l'entrepreneur doit impérativement inclure des personnes qui maîtrisent bien les deux langues officielles, et ce, afin de communiquer de vive voix et par écrit dans la langue que choisiront les employés d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada ainsi que les intervenants.

7.0 DÉPLACEMENTS

L'entrepreneur devra participer à des réunions sous la forme, entre autres, de tables rondes, qui se tiendront dans au moins quatre (4) des régions suivantes : l'Atlantique, le Québec, l'Ontario, les Provinces des Prairies, le Nord et la Colombie-Britannique.

7. **SUPPRIMER** Annexe C – Liste de vérification des exigences relatives à la sécurité et **REPLACER** avec le suivant :

ANNEXE C – ACCORD DE NON-DIVULGATION

Je, _____, reconnais que dans le cadre de mon travail en tant que propriétaire, employé ou sous-traitant de _____, je peux avoir accès à l'information fournie



par ou au nom du Canada dans le cadre du travail, conformément au contrat numéro *[A être fourni au moment d'attribution du contrat]*, entre Sa Majesté la Reine chef du Canada, représentée par le ministre d'Innovation, Sciences et Développement économique Canada, y compris des renseignements confidentiels ou exclusifs de tiers, et des renseignements conçus, élaborés ou produits par l'entrepreneur dans le cadre du travail. Aux fins de cet accord, l'information inclut, sans s'y limiter : les documents, instructions, directives, données, matériel, conseils ou tout autre renseignement que ce soit, reçus par voie orale, sous forme imprimée, enregistrés par voie électronique ou autrement, et désignés ou non comme exclusifs ou sensibles, qui sont divulgués à une personne ou dont une personne prend connaissance pendant l'exécution du contrat.

Je m'engage à ne pas reproduire, copier, utiliser, divulguer, communiquer ou révéler, en tout ou en partie, de quelque manière que ce soit toute information décrite ci-dessus à toute personne autre qu'une personne employée par le Canada qui en a besoin. Je m'engage à garantir la protection et à prendre toutes les mesures nécessaires et appropriées, y compris celles énoncées dans les instructions écrites ou orales émises par le Canada, pour empêcher la divulgation ou l'accès à cette information en violation du présent accord.

Je reconnais également que toute information fournie à l'entrepreneur par ou au nom du Canada doit être utilisée uniquement dans l'objectif du contrat et doit rester la propriété du Canada ou d'un tiers, selon le cas.

Je reconnais que l'obligation liée au présent accord demeurera en vigueur à la fin du contrat numéro *[A être fourni au moment d'attribution du contrat]*.

Signature

Date

****Tous les autres termes et conditions demeurent inchangés.**