



**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

Title - Sujet Drug Impaired Driving	
Solicitation No. - N° de l'invitation 0D160-181489/A	Date 2017-07-04
Client Reference No. - N° de référence du client 0D160-18-1489	
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CZ-002-73070	
File No. - N° de dossier cz002.0D160-181489	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2017-07-20	
Time Zone Fuseau horaire Eastern Daylight Saving Time EDT	
F.O.B. - F.A.B. Plant-Usine: <input type="checkbox"/> Destination: <input type="checkbox"/> Other-Autre: <input type="checkbox"/>	
Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à: Ivany, Chris	Buyer Id - Id de l'acheteur cz002
Telephone No. - N° de téléphone (613) 993-0048 ()	FAX No. - N° de FAX (613) 949-1281
Destination - of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction: PUBLIC SAFETY AND EMERGENCY PREPAREDNESS CANADA 269 LAURIER AVE. W OTTAWA Ontario K1A0P8 Canada	

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

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

Delivery Required - Livraison exigée See Herein	Delivery Offered - Livraison proposée
Vendor/Firm Name and Address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Telephone No. - N° de téléphone Facsimile No. - N° de télécopieur	
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

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 PREPARATION 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 tâches
Annex "D" Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation

N° de l'invitation
0D160-181489/A

MOD

Id de l'acheteur
CZ 002

Annex "E" Évaluation technique et financière
Annex "F" 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

Le présent énoncé des travaux dresse la liste des exigences pour préparer et mettre en œuvre une campagne de marketing social multimédia. La campagne qui se déroulera en plusieurs étapes vise à sensibiliser la population aux risques liés à la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue.

La période du contrat sera en vigueur de l'attribution au 31 mars 2018, et sera assortie de quatre (4) 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, la 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 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* (LPPF), 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 LPPF. 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 LPPF, 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 payé 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

SPC 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 (5 copies papier)
 Échantillons créatif (1 copie électroniques sur clé 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 150 points.

Les soumissions qui ne répondent pas aux exigences (a), (b) et (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 80 % sera accordée au mérite technique et une proportion de 20 % 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 accordés, puis multiplié par 80 %.
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 20 %.
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 fautive, 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 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.

5.1.1 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.

5.1.2 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.

5.1.3 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.

5.2 Attestations additionnelles préalables à l'attribution du contrat

5.2.1 Canadian Content Certification

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

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

5.2.2 Statut et disponibilité du personnel

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

Signature

Date

5.2.3 Études et expérience

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

Signature

Date

5.2.4 Capacité des ressources

Le soumissionnaire ou le consortium certifie qu'il a les ressources, à l'interne, 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 d'engagement numérique et de stratégies interactives – 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

() 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 250 000 \$, 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 15 000\$.
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-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.

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 31 mars, 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 quatre (4) 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 : Chris Ivany

Services publics et approvisionnement Canada, Direction générale des approvisionnements

Adresse : 360 Rue Albert, Ottawa ON, K1A 0S5

Téléphone : 613-993-0048

Courriel : christopher.ivany@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

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

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 Vérification discrétionnaire des comptes

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

7.6.6 Vérification du temps

Clause du Guide des CCUA 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 **électronique** doit être envoyé à l'autorité contractante identifiée sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.

7.8 Attestations

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 oeuvre 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 oeuvre 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 DES TRAVAUX

A.1 Contexte

Le gouvernement du Canada s'est engagé à légaliser, à réglementer et à limiter l'accès au cannabis, afin d'empêcher qu'il tombe entre les mains des enfants et que les profits tombent entre les mains des criminels. Conformément à cet engagement du GC, le mandat de Sécurité publique Canada est de protéger les Canadiens contre une grande variété de risques, mais aussi de sensibiliser la population aux dangers de la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue.

De nombreux Canadiens qui ne consomment pas de cannabis sont préoccupés par les risques que posent les conducteurs aux facultés affaiblies par la drogue sur les routes. Un récent sondage d'opinion publique a révélé que de nombreux consommateurs de cannabis ne savent pas forcément que cette drogue nuit à la capacité de conduire. Par exemple, les jeunes et les jeunes adultes en particulier sous-estiment les risques qu'entraîne la conduite avec les facultés affaiblies par le cannabis.

Toujours d'après ce sondage, 27 % des Canadiens qui ont déjà consommé du cannabis ont déclaré avoir déjà conduit un véhicule sous l'effet du cannabis et ce pourcentage est plus élevé (42 %) chez les nouveaux consommateurs de cannabis¹. Par ailleurs, 35 % des Canadiens ont également déclaré s'être retrouvés dans un véhicule avec un conducteur qui avait consommé, un chiffre qui s'élève à 70 % chez les nouveaux consommateurs de cannabis. Des recherches menées par Santé Canada auprès des groupes cibles corroborent ces données, et quelques personnes interrogées ont même déclaré qu'elles avaient l'impression que certaines de leurs connaissances conduisaient mieux lorsqu'elles étaient sous l'effet du cannabis comparativement à lorsqu'elles étaient sobres.

D'après des études effectuées, le cannabis, tout comme les autres drogues, affaiblit la capacité de conduire et que le phénomène de la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue prend de l'ampleur :

- En 2013, Statistique Canada a révélé que 3 % des cas de conduite avec les facultés affaiblies signalés par la police étaient liés à la consommation de drogues, une augmentation par rapport aux 2 % signalés en 2011.
- Les États américains (Washington et Colorado) qui ont légalisé l'utilisation de la marijuana ont enregistré une hausse du nombre d'infractions liées à la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue après la légalisation.

Le présent énoncé des travaux dresse la liste des exigences pour préparer et mettre en œuvre une campagne de marketing social multimédia. La campagne qui se déroulera en plusieurs étapes vise à sensibiliser la population aux risques liés à la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue. Les services devront être fournis à compter de la date d'attribution du contrat jusqu'au 31 mars 2018, avec quatre (4) prolongations possibles d'un (1) an chacune jusqu'au 31 mars 2022.

Le budget d'achat de valeurs des médias devrait être réparti comme suit :

- **Exercice 2017-2018 :** 1 900 000 \$ net (estimation)
- **Exercices ultérieurs :** À DÉTERMINER

¹ Source : *Enquête initiale sur la sensibilisation, les connaissances et les comportements concernant la consommation récréative de marijuana*, rapport final, Les associés de recherche EKOS inc., présenté à Santé Canada, le 2 septembre 2016.

A.2 Buts et objectifs

La campagne sur la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue vise à sensibiliser les Canadiens au fait que le cannabis, tout comme les autres drogues, nuit à la capacité de conduire et que la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue est interdite. Les buts de la campagne seraient les suivants :

- mieux informer les Canadiens des effets sur la santé et des conséquences juridiques liés à la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue, notamment par le cannabis;
- réduire le nombre de Canadiens qui pourraient conduire après avoir consommé;
- réduire le nombre de Canadiens qui accepteraient de prendre place dans un véhicule avec un conducteur qui a consommé.

Objectifs de la campagne

En particulier, la campagne aura les objectifs suivants :

- Expliquer les lois sur la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue et les sanctions auxquelles les contrevenants s'exposent.
- Sensibiliser les Canadiens à la législation en vigueur sur le cannabis et à l'application de la loi pour les aider à comprendre ce qui est légal et ce qui ne l'est pas.
- Augmenter le pourcentage de parents ayant conscientisé leurs enfants sur les effets de la consommation de marijuana sur la conduite (4 % des jeunes et 11 % des parents de jeunes ont déclaré en avoir discuté)².
- Réduire le nombre de Canadiens qui croient que la conduite sous l'effet de la marijuana est acceptable (actuellement, 86 % des Canadiens, dont 82 % de jeunes et 77 % de jeunes adultes, croient que la marijuana peut nuire à la capacité de conduire)³.
- Réduire le pourcentage de Canadiens qui déclarent être susceptibles d'accepter éventuellement de prendre place dans un véhicule avec un conducteur sous l'effet de la marijuana (11 % ont répondu qu'il est probable qu'ils acceptent et 10 % ont dit qu'il est plus ou moins probable qu'ils acceptent. Ce pourcentage augmente légèrement à 13 % et à 14 % chez les jeunes adultes.)⁴
- Établir des relations (c.-à-d. des partenariats et des ententes de collaboration) avec les intervenants et les organismes à but non lucratif afin de mieux sensibiliser la population aux dangers de la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue.

Les changements comportementaux seraient encouragés pour inciter les Canadiens à conduire prudemment et à ne jamais prendre le volant avec les facultés affaiblies par les drogues.

A.3 Résultats escomptés

Tout le monde reconnaît que le marketing social exige une approche à long terme pour changer les comportements de façon significative et durable. C'est pourquoi les changements seront évalués en fonction de critères, tels que le degré de connaissance, l'attitude et les comportements. Des indicateurs adéquats seront définis dans les études et les objectifs mesurables.

L'efficacité de la campagne sera également évaluée à l'aide des éléments suivants :

- Stratégies de mesure du Web et des médias sociaux afin de coordonner les tâches de suivi, d'évaluation et de production de rapports sur l'ensemble des activités de la campagne
- Appels à 1-800-O-Canada

² Enquête initiale, EKOS

³ Enquête initiale, EKOS

⁴ Enquête initiale, EKOS

- Nombre de demandes d'information et de documents
- Couverture médiatique et en ligne
- Évaluation des partenariats
- Outil d'évaluation des campagnes publicitaires, le cas échéant

A.4 Messages clés de la campagne

- La conduite avec les facultés affaiblies par les drogues est l'une des principales causes d'accidents mortels de la route au Canada.
- La conduite après avoir consommé des drogues peut être aussi dangereuse que l'alcool au volant.
- Le cannabis nuit à la capacité de conduire. C'est une infraction de prendre le volant après en avoir consommé et la police peut vous faire passer un test de dépistage.
- Le gouvernement du Canada s'est engagé à réduire la conduite avec les facultés affaiblies par les drogues et à accroître la sécurité routière pour le bien de tous les Canadiens.

- *Les messages n'ont pas encore été « expérimentés » auprès des principaux groupes cibles.*
- *Les messages seront adaptés au fur et à mesure que seront franchies les autres étapes de la campagne.*

A.5 Public cible

La campagne ciblera divers publics, y compris les suivants :

Public principal

- Jeunes (de 13 à 18 ans) → Parents de jeunes (de 13 à 18 ans)
- Jeunes adultes (de 19 à 24 ans)
- Conducteurs adultes (de 25 ans et plus)

Public secondaire

- Communautés autochtones
- Administrations municipales et gouvernements provinciaux et territoriaux
- Partenaires et collaborateurs potentiels animés du même esprit
- Organismes chargés de l'application de la loi
- Personnes en visite au Canada
- Consommateurs de cannabis à des fins médicales

A.6 Services requis

Afin de soutenir les objectifs du Ministère, Sécurité publique Canada veut que l'entrepreneur retenu définisse les catégories de service suivantes requises pour les services de publicité et de marketing offerts conformément à la présente exigence :

- Services de coordination et de gestion des comptes
- Services de planification stratégique et de campagne
- Services de création et de production – procédés traditionnels et numériques
- Services de partenariat

Remarque : L'entrepreneur devra communiquer régulièrement avec l'agence de coordination pour garantir la conformité entre les stratégies créatives et médiatiques.

A.6.1 Services de gestion et de coordination des comptes

L'entrepreneur devra fournir régulièrement des services de gestion des comptes et documenter toutes les activités (y compris les activités entreprises dans toutes les catégories de service) et les coûts directs

dont ceux liés au temps et aux ressources nécessaires à la prestation des services requis par le chargé de projet.

L'entrepreneur doit fournir en particulier les services de gestion des comptes suivants, sans toutefois s'y limiter :

- S'assurer que toutes les procédures ont été suivies et que le contrat, et tous les changements subséquents, sont reçus de la Direction de l'approvisionnement en communications (DAC) de Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) avant le début du travail.
- Gérer quotidiennement toutes les ressources intervenant dans la production de documents et supports publicitaires pour Sécurité publique Canada, en travaillant en cohésion afin d'offrir un bon rapport qualité-prix au gouvernement du Canada en temps utile.
- Participer aux rencontres et aux séances d'information du client.
- Superviser et rendre compte des travaux produits par les sous-traitants autorisés.
- Présenter régulièrement des rapports sur l'état du projet et des comptes rendus de contact.
- Présenter des estimations des coûts à la demande du chargé de projet.
- Présenter des rapports réguliers sur les coûts, avec une répartition des coûts du personnel, des ressources, des déplacements et des taux.
- Présenter des rapports périodiques mensuels par courriel au chargé de projet, en indiquant de façon détaillée les ressources et le temps utilisés pour offrir les services requis à Sécurité publique Canada.
- Documenter ses activités et les coûts directs, en particulier le temps et les ressources nécessaires pour fournir les services requis par le Ministère.
- Collaborer étroitement avec l'agence de coordination afin d'assurer une campagne intégrée et une exécution sans faille.
- Livrer toutes les composantes demandées conformément aux instructions contenues dans le présent énoncé de travaux.

Le gouvernement du Canada sera appuyé par plusieurs ministères et organismes dans la gestion du dossier du cannabis, et cette collaboration pourrait nécessiter une certaine harmonisation dans des domaines, tels que la normalisation des sites dédiés, les concepts créatifs et les messages diffusés, pour n'en nommer que quelques-uns. Par conséquent, il incombera aux organismes responsables et aux chargés de projet (de chaque contrat ou de chaque ministère concerné) de définir et d'entretenir un cadre efficace pour faciliter les échanges nécessaires afin d'en assurer l'uniformité.

A.6.2 Services de planification stratégique et de campagne

L'entrepreneur devra élaborer une stratégie globale de campagne publicitaire, ainsi que des plans publicitaires ou de marketing pour chaque exercice. Il devra également adapter les objectifs de Sécurité publique Canada afin de définir un « plan d'action » de haut niveau pour la campagne publicitaire.

La stratégie et les plans devraient contenir les éléments suivants :

- Objectifs en matière de marketing et de publicité
- Public cible
- Procédés
- Justification
- Budget
- Échéanciers
- Livrables
- Mesures prévues et prochaines étapes
- Autres détails exigés par Sécurité publique Canada

Il incombe à l'entrepreneur d'examiner l'évaluation annuelle et de tenir compte des conclusions retenues dans l'élaboration des plans de l'exercice suivant.

A.6.3 Services de partenariat

Il s'avère parfois nécessaire d'établir des partenariats ou des ententes de collaboration dans le cadre de la campagne afin d'accroître sa visibilité et son succès de manière globale. Cette collaboration peut prendre différentes formes avec les provinces, les territoires, les municipalités, les associations, les organisations non gouvernementales ou les partenaires de l'industrie.

Dans le cadre des partenariats établis et sous réserve de l'approbation du chargé de projet, il pourrait être demandé à l'entrepreneur de superviser divers aspects du ou des partenariats et de s'acquitter des tâches suivantes, sans toutefois s'y limiter :

- Désigner et présenter les partenaires potentiels.
- Élaborer et proposer des objectifs de partenariat, des éléments clés et des buts de partenariats.
- Élaborer et transmettre la demande de propositions, la lettre d'entente et les autres documents de partenariat.
- Prendre part à l'évaluation des propositions, dirigée par le chargé de projet.
- Communiquer avec les partenaires pour le compte du gouvernement du Canada.
- Consulter l'agence de coordination sur tous les éléments médiatiques, y compris l'évaluation des possibilités médiatiques.
- Évaluer les activités du partenariat et présenter au chargé du projet des rapports sur le rendement et les résultats.

Dans certains cas, les partenariats peuvent nécessiter également la participation de fournisseurs de services médiatiques. Si tel est le cas, l'agence de coordination est l'unique agent chargé de négocier avec les fournisseurs de services médiatiques au nom du gouvernement du Canada. Par conséquent, l'entrepreneur doit communiquer avec l'agence de coordination pour négocier les possibilités médiatiques avec ces fournisseurs.

A.6.4 Services de création et de production

L'entrepreneur est tenu de produire, de mettre en page (de l'ébauche à la version définitive) et de reproduire à des fins de distribution tous les supports créatifs produits dans le cadre de la campagne publicitaire.

L'entrepreneur doit assurer les tâches ci-dessous pour tous les supports créatifs correspondants :

- Superviser, fournir des directives sur la qualité de tous les éléments créatifs, des concepts ainsi que sur l'élaboration et la production des supports publicitaires et autres outils de marketing.
- Produire des concepts créatifs sous forme de modèles, de scénarios-maquettes, de traitement ou de scénarios.
- Fournir des supports créatifs aux fins d'essais auprès de groupes cibles dans les deux langues officielles, et d'autres langues, au besoin.
- Réviser et finaliser les concepts créatifs à la lumière des résultats des essais auprès de groupes cibles ou des recommandations du chargé de projet et aussi en fonction des changements qui peuvent survenir pendant le processus d'approbation.
- Rédiger et réviser les textes des versions préliminaires du matériel produit jusqu'aux versions finales.

- Adapter ou traduire les textes des versions préliminaires jusqu'aux versions finales du matériel produit dans les autres langues officielles et non officielles, le cas échéant.
- Produire des graphiques, des photos et des concepts de mise en page jusqu'au prépresse pour tout le matériel imprimé.
- Réaliser les scénarios, les tournages et la postproduction jusqu'à l'édition finale pour le matériel de diffusion, vidéo et cinématographique.
- Concevoir, programmer et tester le matériel jusqu'à la publication définitive du nouveau matériel pour les médias et Internet.
- Imprimer, redimensionner ou reproduire les exemplaires (y compris l'assurance de la qualité) pour distribution aux médias.
- Obtenir tous les droits d'auteur (pour les images et les illustrations) et négocier les cachets en fonction des exigences des syndicats canadiens compétents (Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists [ACTRA], Union des artistes [UDA], p. ex).
- Distribuer (faire circuler) le matériel pour le contenu créatif non numérique aux médias et à l'agence de coordination celui pour le contenu créatif numérique.
- Livrer une version originale sur CD du matériel final (incluant les fichiers de travail) au chargé de projet.
- Gérer le travail du sous-traitant et assurer le contrôle de la qualité.

Tous les services en « studio », y compris des activités, telles qu'extraire des fichiers, graver des CD, télécharger vers l'extranet, effectuer le montage et produire les maquettes, etc. pour le développement du matériel publicitaire doivent être compris dans la catégorie des services de production, tel qu'il est indiqué ci-dessus.

Autre remarque importante

Propriété du produit – Les droits d'auteur de tout le matériel d'origine produit dans le cadre du présent projet doivent être conférés à Sa Majesté du Canada.

Droits : Il s'agit de conférer les droits nécessaires et les preuves écrites (renonciations aux droits) pour tout le contenu produit et fourni par l'entrepreneur, y compris les autorisations de droit d'auteur et d'enregistrement, pour les archives de trame sonore et/ou les partitions originales, les images d'archives, les talents, les effets, entre autres, aux fins suivantes :

- i. Distribution : Les messages d'intérêt public, la télévision non commerciale (y compris ETV, les chaînes spécialisées, CATV, la télévision payante), les œuvres non théâtrales (y compris la vidéo à la maison), le droit de distribuer, y compris les expositions, les exemplaires, vendus, prêtés et gratuits sous quelque forme que ce soit (p. ex. support existant ou nouveau).
- ii. Zone d'utilisation : Aucune restriction du lieu géographique
- iii. Durée d'utilisation : Aucune restriction de temps

A.7 Contraintes liées au travail et au contrat

Les entrepreneurs devraient connaître les contraintes suivantes susceptibles d'affecter la manière dont les travaux seront effectués :

A.7.1 Mandats de l'agence de coordination et du fournisseur de technologies publicitaires (FTP) :

Le gouvernement du Canada utilise exclusivement les services d'une seule agence de coordination (Cossette Communications Inc.) pour planifier et acquérir des services médiatiques de publicité gouvernementale ainsi que ceux d'un FTP (Technologies Adgear Inc.) afin d'appuyer les activités numériques. L'entrepreneur doit revoir les manuels de l'agence de coordination et du FTP soumis par le

chargé de projet et décrivant les procédures de planification et d'achat de services médiatiques au gouvernement du Canada et les renseignements destinés à la publicité. De même, il incombe à l'entrepreneur de consulter ces documents et de coordonner la stratégie de planification des services médiatiques avec l'agence de coordination.

A.7.2 Politiques, lois et normes

Pour garantir l'intégrité et l'efficacité du matériel publicitaire du gouvernement du Canada, l'entrepreneur doit fournir ses services et produire le matériel en conformité avec les politiques administratives du gouvernement du Canada émanant du Conseil du Trésor, y compris, sans toutefois s'y limiter, les suivantes :

- La *Politique sur les communications et l'image de marque* afin de s'assurer que les communications au sein du gouvernement du Canada sont bien coordonnées, gérées efficacement et adaptées aux divers besoins en information et que la conception et la représentation de la publicité sont conformes aux exigences <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>.
- La *Politique sur les marchés* pour assurer la qualité et la valeur du travail effectué en sous-traitance www.tbs-sct.gc.ca/pubs_pol/dcgpubs/Contracting/contractingpol_f.asp.
- La *Loi sur les langues officielles* (articles 11, 30 et 41) pour veiller à la conformité de toutes les publicités. En outre, les institutions doivent respecter l'engagement du gouvernement du Canada énoncé dans la partie VII de la *Loi* visant à favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01>.
- La *Loi sur la protection des renseignements personnels* pour s'assurer que les pratiques de confidentialité adéquates sont intégrées et respectées dans le traitement des données personnelles <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/p-21/>.
- La *Norme sur l'accessibilité des sites Web* afin de veiller au respect des Lignes directrices sur l'accessibilité du contenu Web (Web Content Accessibility Guidelines – WCAG 2.0) (www.w3.org/TR/WCAG20) – <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=23601>.

De plus, l'entrepreneur veillera au respect des lois applicables de l'ensemble des provinces et territoires où le matériel de la campagne sera utilisé.

A.7.3 Chargé de projet et contraintes relatives au processus d'approbation

Sécurité publique Canada exécute ses projets de publicité en collaboration avec d'autres administrations gouvernementales. La publicité est coordonnée par le Bureau du Conseil privé (BCP) et Services publics et Approvisionnement Canada.

L'équipe de marketing de Sécurité publique Canada agit à titre de chargé de projet et collaborera avec l'entrepreneur afin de définir et de peaufiner les messages et les supports créatifs pour la campagne. Il incombe au chargé de projet d'obtenir toutes les approbations du gouvernement du Canada et de les communiquer à l'entrepreneur.

L'entrepreneur devra rendre des comptes au chargé de projet et collaborer avec le chargé de projet afin de fixer les calendriers de livraison et de présentation du travail, y compris les dossiers de campagne, les stratégies de campagne, les concepts créatifs et les rapports après campagne.

L'entrepreneur doit vérifier toutes les étapes de l'élaboration des stratégies de campagne et du matériel connexe auprès du chargé de projet aux fins d'approbation. Étant donné qu'il y a plusieurs étapes dans le processus d'approbation, l'entrepreneur doit en tenir compte dans le calendrier du projet. Il est probable que des révisions soient apportées et elles doivent être exécutées conformément aux processus et au calendrier convenus.

L'entrepreneur ne doit pas transmettre du matériel produit à l'agence de coordination ou aux médias sans avoir obtenu au préalable l'approbation écrite du chargé de projet et l'accusé de réception par courriel de l'agence de coordination de l'autorisation de tâches (AT) et de la liste des chaînes achetées, le cas échéant.

A.7.4 Normes d'établissement de rapports et communications

Les travaux doivent comprendre au minimum :

- Des rapports de situations hebdomadaires, exposant en détail les projets en cours et leur état actuel, les prochaines étapes, les équipes de l'agence et les dates d'échéance.
- Rapports réguliers sur les coûts, avec une répartition des coûts du personnel, des ressources, des déplacements et des taux. L'agence devra consigner séparément le temps consacré aux autres volets de la campagne dans les rapports présentés.
- L'entrepreneur et le chargé de projet mettront sur pied un processus visant à documenter les activités et les coûts directs. Il doit indiquer en particulier le temps et les ressources consacrés à la prestation des services demandés par le Ministère.
- Rapports financiers réguliers, y compris les estimations des coûts des travaux à venir, et un survol des coûts des travaux terminés.
- Des rencontres en personne auront lieu au besoin, et des comptes rendus de contact seront présentés à Sécurité publique Canada, au besoin.
- Des rapports après la campagne, s'il y a lieu.
- Un rapport rétrospectif lié aux objectifs de la campagne avec la synthèse des détails sur la planification, l'élaboration et la mise en œuvre de la campagne dans son ensemble, y compris les résultats, les leçons retenues et les recommandations, entre autres.

Outre la soumission en temps utile de tous les produits livrables et de la satisfaction des obligations indiquées pour chaque phase du projet, il est de la responsabilité de l'entrepreneur de faciliter et de maintenir une communication régulière avec le chargé de projet et d'aviser immédiatement ce dernier de toutes les préoccupations et de tous les problèmes liés au travail entrepris éprouvés dans le cadre du présent contrat. Enfin, l'entrepreneur répondra aux demandes du chargé de projet dans un délai maximal de vingt-quatre (24) heures suivant la réception de la demande.

La communication se définit comme étant tous les efforts raisonnables déployés pour informer toutes les parties des plans, des décisions, des approches proposées, de la mise en œuvre et des résultats du travail afin de veiller à la bonne progression du projet, conformément aux attentes définies. La communication peut comprendre des appels téléphoniques, des courriels, des télécopies, des envois postaux et des rencontres.

A.7.5 Contraintes liées à la création

- L'entrepreneur doit consulter le chargé de projet au sujet de la représentation des groupes minoritaires.
- Toute la publicité de même que les documents et supports connexes, doivent contenir le mot-symbole Canada et la signature visuelle du programme de coordination de l'image de marque, ainsi que tout autre logo ou symbole du gouvernement du Canada, le cas échéant.
- Toutes les publicités télévisées doivent contenir le mot-symbole Canada et être précédées de l'animation approuvée du symbole du drapeau qui sera la dernière image de la publicité, et cette image devra rester à l'écran pendant quatre secondes.

- Toute la publicité télévisée et à la radio doit prendre fin avec la narration : « Un message du gouvernement du Canada », suivi de la signature musicale approuvée (quatre premières notes de « Ô Canada » qui dure 1,5 seconde) dans la langue de la publicité.
- Pour les annonces diffusées à la télévision, la voix hors champ doit être entendue sur une image statique à l'écran du mot-symbole Canada et durer au moins 2,5 secondes.
- L'entrepreneur doit s'assurer que toutes les publicités en ligne respectent les normes canadiennes et internationales applicables.

A.7.6 Normes relatives aux logiciels

L'entrepreneur doit, sauf indication contraire, maîtriser la suite logicielle de graphisme professionnel Adobe Creative Suite pour les divers produits publicitaires et de marketing devant être produits. En outre, il doit être en mesure de présenter tous les produits livrables requis dans un format électronique compatible avec l'ensemble des logiciels de Sécurité publique Canada :

- Traitement de texte – MS Word 2003, MS Word 2010 (ou version plus récente)
- Tableur – MS Excel 2003, MS Excel 2010 (ou version plus récente)
- Présentation – MS PowerPoint 2003, MS PowerPoint 2010 (ou version plus récente)
- Médias – MS Media Player Version 10 (ou version plus récente), Flash 8 (ou version plus récente), fichiers WMV
- PDF – Adobe Acrobat Reader version 8 (ou version plus récente)

L'entrepreneur doit également être en mesure de recevoir des documents envoyés en format Word, WordPerfect, PDF, AI, EPS, PSD, PPT et Excel.

En outre, il doit être capable de mettre à niveau ou de modifier ses logiciels en fonction des changements de logiciels effectués par Sécurité publique Canada pendant toute la durée du contrat.

A.7.7 Évaluation de la campagne publicitaire

Sur demande, l'entrepreneur doit fournir des renseignements et du matériel à d'autres entrepreneurs du gouvernement du Canada afin de mettre à l'essai des concepts créatifs de campagnes publicitaires et d'évaluer l'incidence sur le public après lancement au moyen de sondages sur l'évaluation de la campagne.

Nota – Conformément aux Procédures de gestion de la publicité de la Politique de communication du gouvernement du Canada, les institutions doivent faire un essai préliminaire de toutes les campagnes publicitaires supérieures à 1 M\$ (hormis les frais ou les taxes) dans l'achat de valeurs des médias. Les institutions sont également tenues de mener une évaluation après la campagne, au moyen de l'outil d'évaluation de campagnes publicitaires, pour toute campagne supérieure à 1 M\$ (hormis les frais et les taxes) dans l'achat de valeurs des médias.

Nota – Le sondage sur l'opinion publique (SOP) n'est pas inclus dans cette exigence et il sera fourni séparément par le gouvernement du Canada.

A.7.8 Approvisionnement écologique

Tous les projets doivent être menés d'une façon respectueuse de l'environnement, dans toute la mesure du possible.

- Le papier servant à la correspondance et aux produits livrables non électroniques devrait être certifié comme provenant d'une forêt aménagée d'une manière durable ou contenant au moins 30 % de matières recyclées et traité sans chlore, si possible.

- La photocopie recto verso sera l'option par défaut sauf indication contraire du chargé de projet.
- Les documents photocopiés doivent être en noir et blanc, sauf indication contraire.
- On encourage l'entrepreneur à fournir des épreuves pour examen et approbation du client, soit à l'écran ou par courriel, CD, DVD ou fichier comprimé, si possible.
- Si du matériel imprimé est requis (autre que pour des échantillons créatifs), l'impression recto verso sera la norme, sauf indication contraire par le client.

A.8 Assistance offerte par le Ministère

Sécurité publique Canada désignera un chargé de projet attiré aux campagnes et effectuera les tâches suivantes :

- Se charger de coordonner l'ensemble du projet et d'offrir une orientation, au besoin, à l'entrepreneur, de même que d'accepter et d'approuver les produits livrables au nom de Sécurité publique Canada..
- Offrir un accès aux résultats de recherche.
- Fournir des recommandations et des directives en ce qui a trait à l'engagement des partenaires ou à l'élaboration de produits livrables, le cas échéant, pour appuyer les ententes de collaboration établies dans le cadre de la campagne.
- Offrir un accès aux identificateurs graphiques du gouvernement du Canada.
- Pour l'élaboration de la documentation sollicitée, Sécurité publique Canada et les autres ministères prenant part à la campagne fourniront le contenu actuel (texte dans les deux langues officielles) du matériel de sensibilisation du public offert sur la thématique déterminée.

Dès le début du contrat, Sécurité publique Canada fournira ce qui suit :

- Matériel concernant la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue
- Rapports de recherche pertinents sur la conduite avec les facultés affaiblies par la drogue, y compris le sondage sur l'opinion publique
- Matériel existant de sensibilisation du public déjà élaboré
- La *Politique sur les normes d'édition et le Guide de production*, de même que les normes graphiques pour les campagnes de Sécurité publique Canada.

A.9 Réunions

L'entrepreneur doit être disposé à rencontrer Sécurité publique Canada à Ottawa, pendant la durée du contrat et au besoin, par téléconférence ou en personne, avec divers publics. Bon nombre des réunions porteront entre autres sur l'examen, l'évaluation et le peaufinage du matériel créatif pour la campagne, des tâches qui ne pourront être accomplies que dans le cadre d'une collaboration étroite et de rencontres en personne. L'entrepreneur pourrait également être tenu de fournir des présentations pendant le processus. En outre, il est possible de temps à autre que l'on ait à effectuer ces examens de façon urgente.

A.10 Déplacements

Sécurité publique Canada paiera des frais de déplacement raisonnables pour les représentants de l'entrepreneur pour prendre part aux réunions exigeant une collaboration en personne. Le paiement se fera conformément aux lignes directrices du Conseil du Trésor. Lorsque les déplacements sont jugés nécessaires, l'entrepreneur présentera une estimation des coûts au chargé de projet aux fins d'autorisation avant le déplacement.

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
- Rédaction (en français et en anglais)
- Révision (en français et en anglais)
- Traduction et adaptation
- Correction d'épreuves (en français et en anglais)
- Services de coordination de la production
- Répartition dans les médias (routage)
- Relations publiques (Élaboration et mise en œuvre de la stratégie)
- Marketing axé sur des événements (Élaboration et mise en œuvre de la stratégie)

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.

B.1 TAUX HORAIRES FERMES

Les taux horaires fermes sont tout compris. 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 de les 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 autorisés 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	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire : 4ème période de prolongation
Gestion de comptes	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____

Services de planification stratégique	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____
Services d'engagement numérique et de stratégies interactives	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____
Services de production et de direction créative	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____
Taux pondéré de tous les autres services	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____	\$ _____

B.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.

B.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\$ (TPS/TVH 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.

B.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.

B.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.

B.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. Toutes les factures doivent indiquer les numéros du contrat et de la tâche.		Contract no. • No du contrat
		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 (GST/HST extra) • Coût total estimatif de la tâche (TPS/TVH en sus)
TA revision no. • No de révision de l'AT	Increase/decrease • Augmentation/réduction	Previous value • Valeur précédente
To • À	<p>TO THE CONTRACTOR 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>À L'ENTREPRENEUR 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 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 fautive, 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 "E" ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

1. ÉVALUATION TECHNIQUE

1.1 DÉFINITION DES TERMES aux fins de la présente évaluation

On entend par **publicité produite et terminée et campagne de marketing** :

- le travail de création et de production effectué;
 - la publicité diffusée ou publiée dans les médias appropriés;
 - les activités de marketing menées à bien;
 - les résultats des activités de relations publiques, de médias sociaux et de publicité obtenus et mesurés.
-
- **Campagne multimédia intégrée** est définie comme une combinaison d'au moins trois médias différents (n'importe lequel des médias suivants : télévision, médias imprimés, radio, publicité extérieure, Internet, cinéma, médias sociaux, etc.) avec les activités de marketing correspondantes. L'un de ces médias doit inclure la télévision.
-
- On entend par **bilingue** les deux (2) langues officielles du Canada, le français et l'anglais.

1.2 CRITÈRES TECHNIQUES OBLIGATOIRES

Le soumissionnaire doit respecter tous les critères obligatoires de la demande de proposition.

O.1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE

Le soumissionnaire doit fournir deux (2) exemples de campagnes publicitaires et de marketing qui ont été menées au cours des trois (3) dernières années précédant la date de clôture des soumissions, dont :

- A. deux exemples de campagne de publicités multimédias intégrées;
- B. un exemple, à tout le moins, de campagne portant sur un changement d'attitude (façon de penser) destinée à un jeune public (âgés de 13 à 24 ans).

Chaque exemple doit être fourni à la fois en français et en anglais. Si la publicité a été produite au départ dans l'une des deux langues officielles du Canada uniquement, elle doit être adaptée (texte uniquement) à l'autre langue officielle avant d'être soumise.

Ces exemples seront évalués selon le critère technique E1 coté. Si plus de deux (2) exemples sont présentés, le soumissionnaire doit indiquer clairement ceux devant être étudiés aux fins d'évaluation. Si le soumissionnaire n'indique pas clairement les exemples devant être étudiés aux fins d'évaluation, les deux (2) premiers exemples seront évalués. Pas plus de deux (2) exemples ne seront évalués.

O.2 ATTESTATIONS

Le soumissionnaire doit se conformer aux exigences d'attestation décrites à la partie 5 de la demande de soumission.

1.3 CRITÈRES TECHNIQUES COTÉS

Critères cotés	Nombre minimum de points requis	Nombre maximum de points
Expérience du soumissionnaire	36	60
Compréhension des exigences	18	30
Approche créative proposée et justification	36	60
Total	90	150

Les soumissions qui n'obtiennent pas le nombre minimal de points pour chaque critère coté seront déclarées non recevables.

La grille ci-dessous sera utilisée pour l'évaluation de tous les critères cotés.

Facteur de pourcentage	Pourcentage du total	Niveau de cote
0	0 %	Aucun détail indiqué quant à la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Incapable d'évaluer.
1	20 %	Inacceptable – Description très limitée de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Faiblesses ou défauts importants, qui présentent de graves risques pour le projet.
2	40 %	Faible – Description limitée de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Plusieurs faiblesses ou défauts, qui présentent des risques modérés pour le projet.
3	60 %	Moyen – Description partielle de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Faiblesses ou défauts limités, qui présentent de faibles risques pour le projet.
4	80 %	Satisfaisant – Description complète de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Faiblesses ou défauts minimales, qui ne devraient pas présenter de risques pour le projet.
5	100 %	Solide – Description exhaustive de la façon dont le soumissionnaire répond à tous les critères ou les dépasse. Aucune faiblesse et aucun défaut évident. Aucun risque inhérent présenté pour le projet.

E. EXIGENCES COTÉES

E.1 Expérience du Soumissionnaire – (60 points)

Les deux exemples de campagnes soumises pour le critère technique obligatoire O1 seront évalués et notés séparément pour un total de 60 points; la note définitive sera calculée en prenant la moyenne des deux notes. Chaque exemple doit obtenir une note minimale de 36/60 pour être pris en compte.

- A. deux exemples de campagne de publicités multimédias intégrées;
- B. un exemple, à tout le moins, de campagne portant sur un changement d'attitude (façon de penser) destinée à un jeune public (âgés de 13 à 24 ans).

E1.1 Aperçu

Le soumissionnaire doit indiquer de façon claire et brève le nom du client, les dates de la campagne, le public cible, la région géographique couverte par la campagne, les médias utilisés, le budget et les objectifs de la publicité et du marketing.

La soumission doit également inclure les points suivants :

- La justification de l'approche créative (une explication de la logique sous-jacente à la méthode de création)
- Une description de l'approche créative
- Une description de l'approche stratégique
- Une description des messages sous-jacents ou des impressions sur le public souhaités
- Une description de la façon dont cette approche a atteint les objectifs de la campagne concernée.

Ces renseignements seront évalués selon les critères suivants.

E1.2 Raisonnement stratégique (solution et concept créatif) (25 points)

Le soumissionnaire doit aborder de façon claire et brève chacun des points suivants :

- compréhension des marchés et des publics cibles du produit, du service ou du problème social;
- idées principales utilisées pour définir les recommandations créatives, y compris la description de la source de ces idées;
- type de concept créatif recommandé et raison pour laquelle il a permis d'atteindre et de motiver les publics cibles.

E1.3 Créativité – (25 points)

Le soumissionnaire doit démontrer de façon claire et brève ce qui suit :

- les éléments créatifs ont contribué à la réalisation des objectifs de communication des clients selon un public cible français ou anglais;
- les idées créatives sont efficaces sur plusieurs plateformes multimédias.

E1.4 Résultats (5 points)

Le soumissionnaire doit décrire de façon claire et brève les résultats de la campagne, en faisant référence aux objectifs mesurables et à la façon dont ils ont été atteints.

E1.5 Qualité du matériel créatif – (5 points)

La qualité de production des divers éléments était solide sur le plan technique (p. ex., mise en page, performance des talents à l'écran, voix hors champ, son, animation, direction artistique, cinématographie, photographie).

Pour l'évaluation du matériel créatif, le soumissionnaire devra fournir deux (2) échantillons numériques des versions définitives* de l'ensemble du matériel créatif de la campagne (sur CD, DVD ou clé) formaté afin d'être visionné au moyen de Microsoft Windows, et inclure ce qui suit :

- fichiers d'images – fichier de type .pdf;
- fichiers vidéos – fichier de type .mov ou .avi encodé avec compression H.264;
- fichiers sonores – mp3, stéréo, 128 kb/s.

*On entend par versions définitives celles présentées dans les médias.

E.2 COMPRÉHENSION DE L'EXIGENCE – 30 points

E2.1 Aperçu

Les soumissionnaires doivent inclure dans leur proposition un énoncé détaillé qui prouve leur compréhension de la campagne de sensibilisation du public requis, comme indiqué dans l'énoncé des travaux.

Dans leur énoncé, les soumissionnaires doivent aborder les points suivants :

E2.2 – 6 points

Démontrer une compréhension claire des défis potentiels liés à cette campagne de sensibilisation du public et décrire des solutions pour les relever.

E2.3 – 6 points

Démontrer une compréhension du public cible et de la façon de communiquer avec lui avec plus d'efficacité.

E2.4 – 6 points

Définir et expliquer l'utilisation des activités de publicité et de marketing numériques et traditionnelles pour atteindre les objectifs de la campagne avec le plus d'efficacité.

E2.5 – 6 points

Expliquer la stratégie Web, y compris les éléments liés aux médias sociaux recommandés et les points à considérer pour les utilisateurs d'appareils mobiles.

E2.6 – 6 points

Déterminer et expliquer des possibilités de partenariats.

E.3 APROCHE CRÉATIVE PROPOSÉE ET JUSTIFICATION – 60 points

E3.1 Aperçu

Le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée de cinq (5) pages (au maximum) afin de montrer qu'il comprend la campagne publicitaire, de marketing, de relations publiques et dans les médias sociaux requise, comme indiqué dans l'énoncé des travaux.

Les facteurs suivants seront évalués :

E3.2 Vision de la campagne – 30 points

Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit :

- démontrer une compréhension du public cible et de la façon de communiquer avec lui avec plus d'efficacité (prière de présenter des idées pour étayer tous les moyens proposés);
- expliquer l'approche et le processus qui seront éventuellement utilisés pour formuler des idées et des recommandations clés ainsi que les stratégies de mobilisation suggérées (y compris les partenariats);
- présenter les possibilités et les défis propres à cette entreprise, y compris la façon dont ils touchent la publicité ciblant les jeunes canadiens et ceux qui les influencent;

- décrire comment le soumissionnaire travaillerait avec le client pour évaluer le succès des stratégies et des campagnes et comment il apporterait des ajustements nécessaires à mi-parcours.

E3.3 Compréhension de l'environnement public – 10 points

Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit :

- Énoncer une compréhension claire de l'environnement public et de ses répercussions possibles positives ou négatives sur la campagne.

E3.4 Systèmes de gestion robustes – 5 points

Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit :

- Décrire la façon dont il attribue des ressources aux projets, dont il estime les coûts de façon précise (afin de réduire le nombre de rajustements aux estimations pendant le projet) et dont il contrôle les budgets et les calendriers (en tenant compte de retards possibles en raison des approbations du côté du client) et les systèmes et processus en place pour gérer les projets pouvant exiger l'utilisation des mêmes ressources limitées, de même que son approche pour acquérir une capacité de pointe. Il doit également fournir un exemple de projet particulier dans le cadre duquel ses systèmes de gestion ont accru les économies et le rendement au travail.

E3.5 Processus d'assurance de la qualité pour la langue et adaptation créative – 15 points

Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit :

- Décrire les processus en place afin de veiller à la qualité du matériel créatif traduit ou adapté d'une langue officielle du Canada à l'autre et dans toute autre langue, pour divers groupes ethnoculturels et présenter un exemple d'adaptation créative. Cet exemple devrait inclure une copie de la publicité dans la langue originale de l'annonce (en français, en anglais ou dans une autre langue) accompagnée de ses versions en français et en anglais (remarque : l'exemple créatif n'est pas inclus dans la limite de cinq pages).

2. ÉVALUATION FINANCIÈRE

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 20%.

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 : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire : 4ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Services de planification stratégique	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Services d'engagement numérique et de stratégies interactives	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Services de production et de direction créative	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Taux pondéré	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00

Soumissionnaire B

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire : 4ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
Services de planification stratégique	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
Services d'engagement numérique et de stratégies interactives	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
Services de production et de direction créative	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
Taux pondéré	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00

Soumissionnaire C

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire : 4ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	\$185.00	\$195.00	\$205.00	\$205.00	\$205.00	\$199.00
Services de planification stratégique	\$235.00	\$245.00	\$255.00	\$255.00	\$255.00	\$249.00

Services d'engagement numérique et de stratégies interactives	\$235.00	\$245.00	\$255.00	\$255.00	\$255.00	\$249.00
Services de production et de direction créative	\$235.00	\$245.00	\$255.00	\$255.00	\$255.00	\$249.00
Taux pondéré	\$150.00	\$150.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$156.00

Soumissionnaire D

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire : 4ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	\$75.00	\$75.00	\$85.00	\$85.00	\$90.00	\$82.00
Services de planification stratégique	\$75.00	\$75.00	\$85.00	\$85.00	\$90.00	\$82.00
Services d'engagement numérique et de stratégies interactives	\$75.00	\$75.00	\$85.00	\$85.00	\$90.00	\$82.00
Services de production et de direction créative	\$75.00	\$75.00	\$85.00	\$85.00	\$90.00	\$82.00
Taux pondéré	\$50.00	\$50.00	\$55.00	\$55.00	\$60.00	\$54.00

Soumissionnaire E

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire : 4ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Gestion de comptes	\$150.00	\$155.00	\$160.00	\$165.00	\$170.00	\$160.00
Services de planification stratégique	\$150.00	\$155.00	\$160.00	\$165.00	\$170.00	\$160.00
Services d'engagement numérique et de stratégies interactives	\$150.00	\$155.00	\$160.00	\$165.00	\$170.00	\$160.00
Services de production et de direction créative	\$150.00	\$155.00	\$160.00	\$165.00	\$170.00	\$160.00
Taux pondéré	\$150.00	\$155.00	\$160.00	\$165.00	\$170.00	\$160.00

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 d'engagement numérique et de stratégies interactives	Services de production et de direction créative	Taux pondéré
Soumissionnaire A	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Soumissionnaire B	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
Soumissionnaire C	\$199.00	\$249.00	\$249.00	\$249.00	\$156.00
Soumissionnaire D	\$82.00	\$82.00	\$82.00	\$82.00	\$54.00
Soumissionnaire E	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00
MOYENNE GLOBALE	\$121.66	\$121.66	\$121.66	\$121.66	\$120.33

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 d'engagement numérique et de stratégies interactives	Services de production et de direction créative	Taux pondéré
Soumissionnaire A	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
Soumissionnaire B	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
Soumissionnaire C	\$199.00	\$249.00	\$249.00	\$249.00	\$156.00
Soumissionnaire D	\$82.00	\$82.00	\$82.00	\$82.00	\$54.00
Soumissionnaire E	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00	\$160.00
MOYENNE GLOBALE	\$121.66	\$121.66	\$121.66	\$121.66	\$120.33
Taux horaire recevable maximum	\$243.32	\$243.32	\$243.32	\$243.32	\$240.66
Taux horaire recevable minimum	\$60.83	\$60.83	\$60.83	\$60.83	\$60.17

L'offre du soumissionnaire C serait considéré non-recevable car il n'a pas rencontré le taux horaire recevable maximum dans trois catégories. L'offre du soumissionnaire D 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 :

Taux horaire de la proposition le
moins-disant
Taux horaire du soumissionnaire $\times 4 =$ Note financière pondérée par catégorie

Soumissionnaire	Gestion de comptes	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	\$100.00	4.00
Soumissionnaire B	\$105.00	3.81
Soumissionnaire E	\$160.00	2.50

Soumissionnaire	Services de planification stratégique	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	\$100.00	4.00
Soumissionnaire B	\$105.00	3.81
Soumissionnaire E	\$160.00	2.50

Soumissionnaire	Services d'engagement numérique et de stratégies interactives Services	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	\$100.00	4.00
Soumissionnaire B	\$105.00	3.81
Soumissionnaire E	\$160.00	2.50

Soumissionnaire	Services de production et de direction créative	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	\$100.00	4.00

Soumissionnaire B	\$105.00	3.81
Soumissionnaire E	\$160.00	2.50

Soumissionnaire	Taux pondéré	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	\$100.00	4.00
Soumissionnaire B	\$105.00	3.81
Soumissionnaire E	\$156.00	2.56

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 d'engagement numérique et de stratégies interactives	Services de production et de direction créative	Taux pondéré	Note financière Totale
Soumissionnaire A	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
Soumissionnaire B	3.81	3.81	3.81	3.81	3.81	19.05
Soumissionnaire E	2.50	2.50	2.50	2.50	2.56	12.56

ANNEXE "F" – GRILLE D'ÉVALUATION

SOMMAIRE D'ÉVALUATION		
EXIGENCES OBLIGATOIRES	_____ SATISFAITES	_____ NON SATISFAITES
Exigences obligatoires vérifié par :		Date:
CRITÈRES COTÉES		NOTE OBTENUE
E.1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE		
A. Campagne de publicités multimédias intégrées		
Raisonnement stratégique		_____ / 25
Créativité		_____ / 25
Résultats		_____ / 5
Qualité du matériel créatif		_____ / 5
Sous-Total		_____ / 60
B. Campagne de publicités multimédias intégrées (portant sur un changement d'attitude destinée à un jeune public)		
Raisonnement stratégique		_____ / 25
Créativité		_____ / 25
Résultats		_____ / 5
Qualité du matériel créatif		_____ / 5
Sous-Total		_____ / 60
Sous-Total Moyenne de R.1		_____ / 60
E.2 COMPRÉHENSION DE L'EXIGENCE		
E2.2		_____ / 6
E2.3		_____ / 6
E2.4		_____ / 6
E2.5		_____ / 6
E2.6		_____ / 6
Sous-Total		_____ / 30
E.3 APROCHE CRÉATIVE PROPOSÉE ET JUSTIFICATION		
Vision de la campagne		_____ / 30
Compréhension de l'environnement public		_____ / 10
Systèmes de gestion robustes		_____ / 5
Processus d'assurance de la qualité pour la langue et adaptation créative		_____ / 15
Sous-Total		_____ / 60
TOTAL		_____ / 150

SIGNATURES DES MEMBRES DE L'ÉVALUATION:

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
O.1 Expérience du soumissionnaire – deux (2) exemples soumis		
O.2 Attestations		
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

Critères cotés	Nombre minimum de points requis	Nombre maximum de points
Expérience du soumissionnaire	36	60
Compréhension des exigences	18	30
Approche créative proposée et justification	36	60
Total	90	150

E.1 Expérience du Soumissionnaire – (60 points)

Les deux exemples de campagnes soumises pour le critère technique obligatoire O1 seront évalués et notés séparément pour un total de 60 points; la note définitive sera calculée en prenant la moyenne des deux notes. Chaque exemple doit obtenir une note minimale de 36/60 pour être pris en compte.

- A. deux exemples de campagne de publicités multimédias intégrées;
- B. un exemple, à tout le moins, de campagne portant sur un changement d'attitude (façon de penser) destinée à un jeune public (âgés de 13 à 24 ans).

E1.1 Aperçu

Le soumissionnaire doit indiquer de façon claire et brève le nom du client, les dates de la campagne, le public cible, la région géographique couverte par la campagne, les médias utilisés, le budget et les objectifs de la publicité et du marketing.

La soumission doit également inclure les points suivants :

- La justification de l'approche créative (une explication de la logique sous-jacente à la méthode de création)
- Une description de l'approche créative
- Une description de l'approche stratégique
- Une description des messages sous-jacents ou des impressions sur le public souhaités
- Une description de la façon dont cette approche a atteint les objectifs de la campagne concernée.

Ces renseignements seront évalués selon les critères suivants.

E.1.2 Raisonnement stratégique - Jusqu'à 25 points			
Évaluation du critère	Exemple	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire doit aborder de façon claire et brève chacun des points suivants : <ul style="list-style-type: none"> ▪ compréhension des marchés et des publics cibles du produit, du service ou du problème social; ▪ idées principales utilisées pour définir les recommandations créatives, y compris la description de la source de ces idées; ▪ type de concept créatif recommandé et raison pour laquelle il a permis d'atteindre et de motiver les publics cibles. 	A		____ / 25
	B		____ / 25

	Moyenne	____ / 25
Commentaires:		

E.1.3 Créativité - Jusqu'à 25 points			
Évaluation du critère	Exemple	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire doit démontrer de façon claire et brève ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> ▪ les éléments créatifs ont contribué à la réalisation des objectifs de communication des clients selon un public cible français ou anglais; ▪ les idées créatives sont efficaces sur plusieurs plateformes multimédias. 	A		____ / 25
	B		____ / 25
		Moyenne	____ / 25
Commentaires:			

E.1.4 Résultats - Jusqu'à 5 points			
Évaluation du critère	Exemple	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire doit décrire de façon claire et brève les résultats de la campagne, en faisant référence aux objectifs mesurables et à la façon dont ils ont été atteints.	A		____ / 5
	B		____ / 5
		Moyenne	____ / 5
Commentaires:			

E.1.5 Qualité du matériel créatif - Jusqu'à 5 points			
Évaluation du critère	Exemple	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire doit décrire de façon claire et brève les résultats de la campagne, en faisant référence aux objectifs mesurables et à la façon dont ils ont été atteints.	A		____ / 5
	B		____ / 5

	Moyenne	____ / 5
Commentaires:		

E.2 COMPRÉHENSION DE L'EXIGENCE – 30 points

E2.1 Aperçu

Les soumissionnaires doivent inclure dans leur proposition un énoncé détaillé qui prouve leur compréhension de la campagne de sensibilisation du public requis, comme indiqué dans l'énoncé des travaux.

Dans leur énoncé, les soumissionnaires doivent aborder les points suivants :

E.2.2 - Jusqu'à 6 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Démontrer une compréhension claire des défis potentiels liés à cette campagne de sensibilisation du public et décrire des solutions pour les relever.		____ / 6
Commentaires:		

E.2.3 - Jusqu'à 6 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Démontrer une compréhension du public cible et de la façon de communiquer avec lui avec plus d'efficacité.		____ / 6
Commentaires:		

E.2.4 - Jusqu'à 6 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Définir et expliquer l'utilisation des activités de publicité et de marketing numériques et traditionnelles pour atteindre les objectifs de la campagne avec le plus d'efficacité.		____ / 6
Commentaires:		

E.2.5 - Jusqu'à 6 points		

Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Expliquer la stratégie Web, y compris les éléments liés aux médias sociaux recommandés et les points à considérer pour les utilisateurs d'appareils mobiles.		____ / 6
Commentaires:		

E.2.6 - Jusqu'à 6 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Déterminer et expliquer des possibilités de partenariats.		____ / 6
Commentaires:		

E3 APROCHE CRÉATIVE PROPOSÉE ET JUSTIFICATION – 60 points

E3.1 Aperçu

Le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée de cinq (5) pages (au maximum) afin de montrer qu'il comprend la campagne publicitaire, de marketing, de relations publiques et dans les médias sociaux requise, comme indiqué dans l'énoncé des travaux.

Les facteurs suivants seront évalués :

E.3.2 Vision de la campagne – Jusqu'à 30 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Facteur de pourcentage
<p>Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ démontrer une compréhension du public cible et de la façon de communiquer avec lui avec plus d'efficacité (prière de présenter des idées pour étayer tous les moyens proposés); ▪ expliquer l'approche et le processus qui seront éventuellement utilisés pour formuler des idées et des recommandations clés ainsi que les stratégies de mobilisation suggérées (y compris les partenariats); ▪ présenter les possibilités et les défis propres à cette entreprise, y compris la façon dont ils touchent la publicité ciblant les jeunes canadiens et ceux qui les influencent; ▪ décrire comment le soumissionnaire travaillerait avec le client pour évaluer le succès des stratégies et des campagnes et comment il apporterait des ajustements nécessaires à mi-parcours. 		____ / 30

Commentaires:

E.3.3 Compréhension de l'environnement public – Jusqu'à 10 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Énoncer une compréhension claire de l'environnement public et de ses répercussions possibles positives ou négatives sur la campagne. 		____ / 10
Commentaires:		

E.3.4 Systèmes de gestion robustes – Jusqu'à 5 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Décrire la façon dont il attribue des ressources aux projets, dont il estime les coûts de façon précise (afin de réduire le nombre de rajustements aux estimations pendant le projet) et dont il contrôle les budgets et les calendriers (en tenant compte de retards possibles en raison des approbations du côté du client) et les systèmes et processus en place pour gérer les projets pouvant exiger l'utilisation des mêmes ressources limitées, de même que son approche pour acquérir une capacité de pointe. Il doit également fournir un exemple de projet particulier dans le cadre duquel ses systèmes de gestion ont accru les économies et le rendement au travail. 		____ / 5
Commentaires:		

E.3.5 Processus d'assurance de la qualité pour la langue et adaptation créative Jusqu'à 15 points		
Évaluation du critère	Facteur de pourcentage	Points
Le soumissionnaire devra éventuellement faire ce qui suit : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Décrire les processus en place afin de veiller à la qualité du matériel créatif traduit ou adapté d'une langue officielle du Canada à l'autre et dans toute autre langue, pour divers groupes ethnoculturels et présenter un exemple 		____ / 15

N° de l'invitation
0D160-181489/A

MOD

Id de l'acheteur
CZ 002

<p>d'adaptation créative. Cet exemple devrait inclure une copie de la publicité dans la langue originale de l'annonce (en français, en anglais ou dans une autre langue) accompagnée de ses versions en français et en anglais (remarque : l'exemple créatif n'est pas inclus dans la limite de cinq pages).</p>		
<p>Commentaires:</p>		