

Questions et réponses
Addenda n° 1

Appel d'offres n° 0355-2019-001

-
- 1. Titre** Services de publicité
Addenda n° 1
-
- 2. Demandes d'éclaircissement** Les questions et réponses suivantes sont ajoutées en tant qu'addenda au DOC 0355-2019-001.
- Q1. *Des compagnies de l'extérieur du Canada peuvent-elles soumissionner ? (de l'Inde ou des États-Unis par exemple)***
- R1. Oui, la SADC examinera les offres de compagnies établies à l'étranger.
- Q2. *Aurons-nous à nous rendre à la SADC pour des réunions ?***
- R2. Les soumissionnaires invités à faire une présentation (voir Annexe B - Processus d'évaluation et de sélection) pourront être appelés à se rendre dans les locaux de la SADC à Toronto ou Ottawa (Ontario). Tous frais engagés par les soumissionnaires pour préparer leur présentation et venir la donner dans les locaux de la SADC incombent entièrement à ces derniers et ne seront pas remboursés par la SADC.
- Les soumissionnaires pourront être appelés à se déplacer pour d'autres besoins visés à l'annexe F (Entente de services professionnels) et pour lesquels les dépenses préapprouvées seront remboursées.
- Q3. *Pouvons-nous effectuer le travail demandé dans l'appel d'offres à l'extérieur du Canada ? (en Inde ou aux États-Unis par exemple)***
- R3. Les services décrits dans l'appel d'offres peuvent être exécutés en dehors du Canada, pourvu que le candidat choisi remplisse toutes les conditions de l'Entente, en particulier concernant la protection et la sécurité de l'information.
- Q4. *Pouvons-nous soumettre notre offre par courriel ?***
- R4. Les explications sur la livraison des offres se trouvent à l'article 7 « Livraison des offres » de l'appel d'offres.
- Q5. *Accepteriez-vous qu'une compagnie média vous fasse une offre seulement pour la partie plan et achats médias, ou cherchez-vous uniquement une agence multi services ?***

La version intégrale officielle du présent addenda n° 1 à l'appel d'offres n° 0355-2019-001 est disponible, gratuitement, à achatsetventes.gc.ca.

- A5. Pour que la SADC tienne compte d'une offre, le soumissionnaire doit satisfaire aux critères de l'annexe A (Énoncé de travail). La SADC tiendra compte des offres dont une partie du travail est effectuée par une tierce partie, pourvu que l'ensemble du travail soit géré par le soumissionnaire.
- Q6. Une agence spécialisée dans les communications stratégiques et une firme de planification média peuvent-elles s'associer pour vous faire une offre ?**
- R6. La SADC tiendra compte des offres dont une partie du travail est effectuée par une tierce partie, pourvu que l'ensemble du travail soit géré par le soumissionnaire.
- Q7. Je vous écris pour savoir si vous pouvez nous fournir des paramètres pour nous aider à répondre à votre appel d'offres. Je voudrais plus précisément des renseignements sur l'ampleur et la portée des achats médias et sur toute publicité imprimée, en ligne, radiodiffusée et télévisée réalisées antérieurement par la SADC.**
- R7. La SADC vise une campagne de sensibilisation nationale qui réponde à la stratégie et aux autres exigences décrites à l'annexe A (Énoncé de travail). Vous trouverez les éléments de la campagne actuelle de la SADC sur le site sadc.ca.
- Q8. Le budget de 4,3 millions de dollars couvre-t-il une campagne ou un projet unique qui se déroulera sur une année, ou est-ce qu'il couvre plusieurs campagnes ?**
- R8. Le budget du projet est estimé à environ 4 300 000 \$ pour l'exercice 2018-2019 et couvre les coûts de création de contenu pour toutes les annonces, les achats médias, les honoraires, les commissions, les dépenses connexes préapprouvées et toutes les taxes. Les budgets des exercices subséquents n'ont pas encore été établis.
- Le budget devrait couvrir une campagne comportant plusieurs vagues publicitaires, avec la possibilité de varier l'exécution en fonction du mode de diffusion.
- Q9. Devons-nous fournir des exemples de campagnes médias qui correspondent à un budget donné ?**
- A9. Les exemples devraient respecter les limites du projet, décrites à l'annexe A (Énoncé de travail).
- Q10. Acceptez-vous les offres de coentreprises ?**
- R10. La SADC tiendra compte des offres émanant de coentreprises ou dont une partie du travail est effectuée par une tierce partie, pourvu que l'ensemble du travail soit géré par le soumissionnaire.

La version intégrale officielle du présent addenda n° 1 à l'appel d'offres n° 0355-2019-001 est disponible, gratuitement, à achatsetventes.gc.ca.

Q11. *Pouvons-nous vous donner en exemple une campagne média dont les éléments créatifs ont été développés par une autre agence ?*

R11. Oui. La SADC étudiera ce genre de campagne à la condition que le soumissionnaire indique clairement que les éléments créatifs ont été développés par une autre agence. Le soumissionnaire et/ou les personnes-ressources nommées doivent avoir joué un rôle clé dans la stratégie et l'exécution de la campagne donnée en exemple. Dans sa réponse à CR4e, le soumissionnaire doit aussi expliquer clairement le rôle de chacune de ces personnes-ressources.

Q12. *La nouvelle stratégie de sensibilisation du public pour 2017-2020 doit faire passer le niveau de sensibilisation de 50 à 60-65 %. Avez-vous établi des objectifs progressifs annuels ? Dans l'affirmative, quels sont-ils ?*

R12. Les niveaux progressifs annuels de la sensibilisation du public ont été fixés à 55 %+ d'ici le 31 mars 2019 et à 60 %+ d'ici le 31 mars 2020.

Q13. *Le budget du projet pour 2018-2019 est estimé à 4 300 000 \$ et couvre tous les postes du budget. Dans ce montant, y a-t-il un minimum prévu pour le budget média ?*

R13. Le budget du projet est estimé à environ 4 300 000 \$ pour l'exercice 2018-2019 et couvre les coûts de création de contenu pour toutes les annonces, les achats médias, les honoraires, les commissions, les dépenses connexes préapprouvées et toutes les taxes. Les budgets des exercices subséquents n'ont pas encore été établis.

La part de budget attribuée aux achats médias dépendra du prix avancé par le candidat choisi et sera évaluée dans le cadre de l'appel d'offres, comme cela est précisé à l'annexe D (Offre financière – exigences et évaluation).

Q14. *Pouvez-vous définir « campagne nationale de sensibilisation du public » ? Est-ce que cela comprend uniquement le gouvernement ?*

R14. Une campagne nationale de sensibilisation du public signifie que la publicité est diffusée à la grandeur du pays, dans le but d'accroître le niveau de sensibilisation du public et non le niveau des ventes. Elle n'a pas à être un client du gouvernement, mais elle pourrait, par exemple, être une campagne pour un organisme de bienfaisance national ou une autre campagne nationale de sensibilisation du public.

Q15. *Critères d'évaluation, R1 : Pouvons-nous nous servir d'un exemple de la SADC ?*

La version intégrale officielle du présent addenda n° 1 à l'appel d'offres n° 0355-2019-001 est disponible, gratuitement, à achatsetventes.gc.ca.

R15. Oui, les soumissionnaires peuvent se servir d'exemples où le client est la SADC. Toutefois, seule l'information fournie dans le cadre de la proposition sera prise en considération à l'évaluation.

Q16. Critères d'évaluation, R2 : *Pouvons-nous utiliser des exemples de publicité pour illustrer des textes d'adaptation ?*

R16. Oui, les soumissionnaires peuvent utiliser des exemples de publicité pour illustrer des textes d'adaptation.

Q.17 *Merci de confirmer que la stratégie mentionnée en CR3-e se rapporte bien à ce qui suit (trouvé à la page 10) : une nouvelle stratégie de sensibilisation ainsi qu'un nouveau plan en la matière pour 2017-2020 (la « stratégie ») ont été mis au point. Ils apportent les changements suivants :*

- ***Ajustement du public cible de la SADC pour englober les Canadiens plus vulnérables***
- ***Augmentation du niveau cible de sensibilisation qui passe de 50 % à une fourchette de 60 - 65 % (avec un seuil intermédiaire de 55 %)***
- ***Présence accrue à la télévision et en ligne***

R17. Il n'y a pas de point CR3-e dans l'appel d'offres. Cependant, la SADC croit que la question fait référence au point CR3-d, qui se rapporte à la stratégie définie à la page 10.

Q.18 *Une fois les réponses écrites envoyées, les candidats retenus disposeront de combien de temps avant de faire leur présentation ?*

R.18 Le temps qu'il faudra pour évaluer les offres techniques dépendra du nombre de réponses que recevra la SADC. Toutefois, la SADC s'attend à ce que les présentations des soumissionnaires d'une courte liste aient lieu dans les deux à quatre semaines suivant la date limite de soumission des offres.

Pour le reste, les modalités de l'appel d'offres ne changent pas.