



**A.1 SOUMISSIONS PAR VOIE ÉLECTRONIQUE**

À l'attention de: Erin Massey  
Division

Courriel: [erin.massey@canada.ca](mailto:erin.massey@canada.ca)

## **Demande de propositions (DP)**

### **pour**

L'exécution des travaux décrits à l'Appendice 1 de l'Annexe A – Énoncé des travaux.

### **A2. AUTORITÉ DÉSIGNÉE POUR CETTE DP**

L'Autorité désignée pour cette DP est:

Erin Massey  
Agente principale de l'approvisionnement et des contrats  
Division de la gestion de matériel et des biens  
Direction générale du dirigeant principal des finances  
Ottawa (Ontario)

Téléphone: 613-941-2094

Courriel: [erin.massey@canada.ca](mailto:erin.massey@canada.ca)

**CETTE DP NE CONTIENT PAS UNE EXIGENCE EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ**

<b>A3. TITRE</b> Campagne de marketing et de sensibilisation du public à l'égard des risques pour la santé associés aux produits de vapotage. Programme d'événements de marketing expérientiel et Programme de marketing d'influence.	
<b>A4. DATE DE CLÔTURE DES SOUMISSIONS</b> 24 juillet 2018	
<b>A5. NUMÉRO DE LA DP</b> 1000201807	<b>A6. DATE DE PUBLICATION</b> 13 juin 2018
<b>A7. DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS</b> Toutes les demandes de renseignements concernant la présente DP doivent être soumises par écrit à l'Autorité désignée pour la DP inscrite à l'article A2 au plus tard sept (7) jours civils avant la date de clôture afin d'accorder suffisamment de temps pour y répondre.	
<b>A8. LOIS APPLICABLES</b> Tout Contrat subséquent doit être interprété et régi par les lois en vigueur dans la province de l'Ontario, Canada, et les relations entre les parties doivent être déterminés par ces mêmes lois.	
<b>A9. DOCUMENTS DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS</b> La DP comprend sept (7) parties, à savoir : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Section I – Renseignements généraux</li> <li>2. Section II – Instructions à l'intention des soumissionnaires</li> <li>3. Section III – Instructions pour la préparation des soumissions</li> <li>4. Section IV – Procédures d'évaluation et méthode de sélection</li> <li>5. Section V – Attestations et renseignements supplémentaires</li> <li>6. Section VI – Exigences relatives à la sécurité</li> <li>7. Section VII – Clauses du contrat subséquent <ul style="list-style-type: none"> <li>Annexe A – Énoncé des travaux</li> <li>Annexe B – Base de paiement</li> </ul> </li> </ol>	
<b>A10. PRÉSENTATION DES SOUMISSIONS</b> Pour être prises en compte, les soumissions doivent être reçues au plus tard à 14 h 00 (heure de l'Est) le 24 juillet 2018, à l'adresse de réception des soumissions désignée à l'article A1. Les soumissions reçues après la date et l'heure de clôture (ci-après appelée la « date de clôture ») seront jugées non recevables.	
<b>A11. VALIDITÉ DE LA SOUMISSION</b> Les soumissions demeureront valables pour une période de quatre-vingt-dix (90) jours civils après la date de clôture.	
<b>A12. CONTENU DE LA SOUMISSION</b> Les soumissions doivent être structurées de la façon suivante : <ul style="list-style-type: none"> <li>• Une (1) copie électronique d'une lettre d'accompagnement, signée par un représentant autorisé du soumissionnaire;</li> <li>• Une (1) copie électronique de la Soumission technique;</li> <li>• Une (1) copie électronique de la Section V – Attestations, et,</li> <li>• Une (1) copie électronique de la Section III – Soumission financière dans une pièce jointe distincte.</li> </ul> <p>Veillez-vous référer à la Section 2 – Instructions à l'intention des soumissionnaires pour des instructions supplémentaires.</p>	
<b>A13. PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE</b> L'Entrepreneur détient les droits d'auteur.	

## TABLE DES MATIÈRES

<b>PARTIE 1 : RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....</b>	<b>3</b>
1.1 INTRODUCTION.....	3
1.2 SOMMAIRE .....	3
1.3 COMPTE RENDU.....	4
<b>PARTIE 2 - INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES .....</b>	<b>4</b>
2.1 INSTRUCTIONS, CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES .....	4
2.2 PRÉSENTATION DES SOUMISSIONS .....	4
2.3 ANCIEN FONCTIONNAIRE .....	4
2.4 DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS – EN PÉRIODE DE SOUMISSION.....	6
2.5 LOIS APPLICABLES .....	6
2.6 FONDEMENT DU TITRE DU CANADA SUR LES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....	6
<b>PARTIE 3 - INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS .....</b>	<b>6</b>
3.1 INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS.....	6
<b>PARTIE 4 - PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION.....</b>	<b>7</b>
4.1 PROCÉDURES D'ÉVALUATION.....	7
4.2 MÉTHODE DE SÉLECTION .....	8
<b>PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES.....</b>	<b>16</b>
5.1 ATTESTATIONS EXIGÉES AVEC LA SOUMISSION .....	16
5.2 ATTESTATIONS PRÉALABLES À L'ATTRIBUTION DU CONTRAT ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES ..	16
<b>PARTIE 6 – EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ.....</b>	<b>17</b>
6.1 EXIGENCES EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ.....	17
<b>PARTIE 7 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT .....</b>	<b>17</b>
7.1 ÉNONCÉ DES TRAVAUX.....	17
7.2 CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES.....	17
7.3 EXIGENCES EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ.....	17
7.4 DURÉE DU CONTRAT.....	18
7.5 DIVULGATION PROACTIVE DES CONTRATS AVEC D'ANCIENS FONCTIONNAIRES .....	19
7.7 PAIEMENT .....	19
7.5 INSTRUCTIONS RELATIVES À LA FACTURATION .....	19
7.9 ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES .....	20
7.10 LOIS APPLICABLES .....	20
7.11 ORDRE DE PRIORITÉ DES DOCUMENTS .....	20
7.12 ASSURANCES.....	20
<b>ANNEXE A ÉNONCÉ DES TRAVAUX .....</b>	<b>21</b>
<b>ANNEXE « B », BASE DE PAIEMENT .....</b>	<b>29</b>
<b>ANNEXE 1 DE LA PARTIE 5 DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS .....</b>	<b>31</b>
PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI – ATTESTATION.....	31

## **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 du soumissionnaire : 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, ainsi que la Liste de vérification des exigences relatives à la sécurité.

### **1.2 Sommaire**

- 1.2.1 Santé Canada (SC) a besoin des services d'un entrepreneur pour élaborer, mettre en œuvre et gérer un Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale et un Programme de marketing d'influence afin de soutenir la Campagne de marketing et de sensibilisation du public à l'égard des risques pour la santé associés aux produits de vapotage, dont l'objectif est de mieux faire connaître les dangers et les risques associés aux produits de vapotage parmi les jeunes Canadiens âgés de 15 à 18 ans et les jeunes adultes non-fumeurs âgés de 19 à 24 ans.

La période du contrat s'étendra de la date d'attribution du contrat jusqu'au 31 mars 2019, avec option de prolongation pour une période supplémentaire d'un an, du 1<sup>er</sup> avril 2019 au 31 mars 2020.

- 1.2.2 Le besoin est assujéti aux dispositions de l'Accord sur les marchés publics de l'Organisation mondiale du commerce (AMP-OMC), de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), de l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECG) et de l'Accord de libre-échange canadien (ALEC).
- 1.2.3 Le Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi s'applique au présent approvisionnement; veuillez-vous reporter à la partie 5 – Attestations et renseignements supplémentaires, à la partie 7 - Clauses du contrat subséquent, et à 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. Ils doivent en faire la demande à l'autorité contractante dans un délai de 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 qui sont indiquées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre sont énoncées dans le [Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat \(CCUA\)](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>), lequel a été publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC). Les soumissionnaires qui présentent une soumission acceptent d'être liés par les instructions, les clauses et les conditions de la demande de soumissions, et ils 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 à la demande de soumissions et en fait partie intégrante.

Le paragraphe 3.a) de l'article 01, Dispositions relatives à l'intégrité – soumission, des instructions uniformisées [2003](#) incorporées par renvoi ci-dessus, est supprimé en entier et remplacé par ce qui suit :

- a. au moment de présenter un arrangement dans le cadre de la demande d'arrangements en matière d'approvisionnement (DAMA), le soumissionnaire a déjà fourni une liste complète des noms, tel qu'exigé en vertu de la [Politique d'inadmissibilité et de suspension](#). Pendant ce processus d'approvisionnement, le soumissionnaire doit immédiatement informer le Canada par écrit de tout changement touchant la liste des noms.

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

Supprimer : 60 jours

Insérer : 90 jours

### 2.2 Présentation des soumissions

Les soumissions doivent être présentées uniquement à l'autorité contractante 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 de la nature de la demande de soumissions, les soumissions transmises par télécopieur à 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 de satisfaire à l'exigence dans le délai prescrit rendra la soumission non recevable.

## Définitions

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

- a. un individu;
- b. un individu qui s'est incorporé;
- c. une société 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.

Le terme « 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 à la 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'indemnité de départ, qui se mesure de façon semblable.

Le terme « pension » signifie une pension ou une allocation annuelle versée en vertu de la [Loi sur la pension de la fonction publique](#) (LPFP), L.R.C., 1985, ch. P-36, et toute augmentation versée en vertu de la [Loi sur les prestations de retraite supplémentaires](#), L.R.C., 1985, ch. S-24 dans la mesure où elle touche la LPFP. La pension ne comprend pas les pensions payables conformément à la [Loi sur la pension de retraite des Forces canadiennes](#), L.R.C., 1985, ch. C-17, à la [Loi sur la continuation de la pension des services de défense](#), 1970, ch. D-3, à la [Royal Canadian Mounted Police Pension Continuation Act](#), 1970, c. R-10, à la [Loi sur la continuation des pensions de la Gendarmerie royale du Canada](#), L.R.C., 1985, ch. R-11, à la [Loi sur les allocations de retraite des parlementaires](#), L.R.C. 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.C., 1985, ch. C-8.

## Ancien fonctionnaire touchant une pension

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

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

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

En fournissant cette information, les soumissionnaires acceptent que le statut du soumissionnaire retenu, en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la LPFP, soit publié dans les rapports de divulgation proactive des marchés, sur les sites Web des ministères, et ce conformément à [l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2](#) et aux [Lignes directrices sur la divulgation proactive 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, y compris la date du début et d'achèvement et le nombre de semaines;
- g. le nombre et le 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.

## **2.4 Demandes de renseignements – En période de soumission**

Toutes les demandes de renseignements doivent être présentées par écrit à l'autorité contractante au plus tard cinq (5) jours civils avant la date de clôture des soumissions. Il pourrait arriver qu'il soit impossible de répondre aux demandes de renseignements reçues après ce délai.

Les soumissionnaires devraient citer le plus fidèlement possible le numéro de l'article de la demande de soumissions auquel se rapporte la question. De plus, ils doivent 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 demander au soumissionnaire de le faire, afin d'en éliminer le caractère exclusif et de fournir des réponses à tous les soumissionnaires. Enfin, 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.

Les soumissionnaires peuvent, à leur discrétion, remplacer les lois applicables par celles d'une province ou d'un territoire du Canada de leur choix sans que la validité de leur soumission ne soit remise en question, en supprimant le nom de la province ou du territoire du Canada qui figure sur la soumission et en insérant la province ou le territoire du Canada de leur choix. Si aucun changement n'est apporté, cela signifie que le soumissionnaire accepte les lois applicables indiquées.

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

Santé Canada 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, tel que défini dans la *Politique sur les droits de propriété intellectuelle issus de marchés conclus avec l'État* :

L'objet principal du marché d'acquisition de l'État, ou des biens livrables en vertu du contrat, est d'obtenir des connaissances et des renseignements qui seront diffusés au public.

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

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

- Si le soumissionnaire choisit d'envoyer sa soumission par voie électronique, le Canada exige de sa part qu'il respecte l'article 08 du document 2003, Instructions uniformisées. Les soumissionnaires doivent transmettre leur soumission dans une soumission unique.

La soumission doit être présentée en sections distinctes, comme suit :

Section I : Soumission technique  
Section II : Soumission financière  
Section III : Attestations

En raison de la nature de la demande de soumissions, les soumissions transmises par télécopieur ne seront pas acceptées.

Le Canada demande que la soumission soit présentée en sections distinctes, comme suit :

Section I : Soumission technique : Un document en format PDF.  
Section II : Soumission technique : Un document en format PDF.  
Section III : Attestations : Un document en format PDF.

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

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions concernant le format qui sont décrites ci-dessous pour préparer leur soumission en format papier :

(a) utiliser un système de numérotation correspondant à celui de la demande de soumissions.

### **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 qu'ils adopteront pour effectuer les travaux, et ce, de façon complète, concise et claire.

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 abordent et présentent 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 précis de l'alinéa et de la page où le sujet visé est déjà traité.

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

**3.1.1** Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière conformément à la Base de paiement qui se trouve à l'annexe B.

### **Section III : Attestations**

Les soumissionnaires doivent fournir les attestations et les renseignements supplémentaires exigés 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, y compris les critères d'évaluation techniques.

(b) Une équipe d'évaluation composée de représentants du Canada évaluera les soumissions.

#### 4.1.1 Évaluation technique

Les critères d'évaluation techniques obligatoires et cotés sont présentés à l'annexe 1 de la partie 4.

#### 4.2 Méthode de sélection

4.2.1 Clause du *Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat (CCUA)* [A0027T](#), Méthode de sélection – note combinée la plus haute sur le plan du mérite technique (70 %) et du prix (30)

1. Pour être déclarée recevable, une soumission doit :
  - a. respecter toutes les exigences de la demande de soumissions; et
  - b. Satisfaire à tous les critères obligatoires.
2. Les soumissions qui ne répondent pas aux exigences (a) ou (b) seront déclarées non recevables.
3. La sélection sera faite en fonction du meilleur résultat global sur le plan du mérite technique et du prix. La cote du soumissionnaire sera déterminée à raison de 70 % pour le mérite technique et de 30 % pour le prix.
4. Afin de déterminer la note pour le mérite technique, la note technique globale de chaque soumission recevable sera calculée comme suit : le nombre total de points obtenus sera divisé par le nombre total de points pouvant être accordés, puis multiplié par 70 %.
5. Afin de déterminer la note pour le prix, chaque soumission recevable sera évaluée proportionnellement au prix évalué le plus bas et selon le ratio de 30 %.
6. Pour chaque soumission recevable, la cotation du mérite technique et la cotation du prix seront ajoutées pour déterminer la note combinée.
7. 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 ayant la meilleure note combinée pour le mérite technique et le prix sera recommandée en vue de l'attribution d'un contrat.

Le tableau ci-dessous présente un exemple où les trois soumissions sont recevables et où la sélection de l'entrepreneur se fait en fonction d'un ratio de 70/30 à l'égard du mérite technique et du prix, respectivement. Le nombre total de points pouvant être accordé est de 135, et le prix évalué le plus bas est de 45 000 \$ (45).

Méthode de sélection – note combinée la plus haute sur le plan du mérite technique (70 %) et du prix (30 %)				
	Soumissionnaire 1	Soumissionnaire 2	Soumissionnaire 3	
Note technique totale	115/135	89/135	92/135	
Prix évalué de la soumission	55 000 \$	50 000 \$	45 000 \$	
Calculs	Note pour le mérite technique	$115/135 \times 70 = 59,63$	$89/135 \times 70 = 46,15$	$92/135 \times 70 = 47,70$
	Note pour le prix	$45/55 \times 30 = 24,55$	$45/50 \times 30 = 27$	$45/45 \times 30 = 30$
Note combinée	84,18	73,15	77,70	
Évaluation globale	1 <sup>er</sup>	3 <sup>e</sup>	2 <sup>e</sup>	



## ANNEXE 1 DE LA PARTIE 4 – CRITÈRES D'ÉVALUATION

### Exigences obligatoires

Les exigences obligatoires sont évaluées simplement en fonction de leur réussite ou de leur échec. Si le soumissionnaire ne satisfait pas à l'une ou à l'autre des exigences obligatoires, sa proposition sera jugée irrecevable. Le traitement des exigences obligatoires de tout processus d'approvisionnement est définitif.

Les soumissionnaires doivent satisfaire à toutes les exigences obligatoires indiquées ci-dessous. L'évaluation se fera par un « Oui » ou un « Non ». Les propositions qui n'obtiendront pas de « Oui » pour toute exigence obligatoire seront éliminées du processus d'évaluation.

Numéro	Description	Référence dans la proposition du soumissionnaire	Respecté (oui/non)
<b>O1</b>	<p>Le soumissionnaire doit proposer les ressources suivantes et fournir le curriculum vitæ de chacune d'elles, sur lequel figurent sa formation et/ou ses titres professionnels.</p> <p>1 x chargé de compte; 1 x facilitateur principal d'événement; 1 x stratège des communications.</p> <p>Des copies de diplômes et titres professionnels, le cas échéant, doivent être fournies au moment de la clôture des soumissions.</p>		
<b>O2</b>	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant des résumés de projet détaillés, qu'il a organisé au moins trois (3) campagnes nationales d'événements de marketing expérientiel et deux (2) campagnes de marketing d'influence au cours des cinq (5) dernières années.</p> <p>Deux (2) des trois (3) campagnes d'événements doivent avoir été mises en œuvre sur place dans au moins 40 emplacements. L'expression « sur place » signifie qu'une ou plusieurs des ressources de l'entreprise se sont retrouvées sur les lieux de l'événement.</p> <p>Chaque campagne présentée doit avoir comporté ce qui suit :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) une portée nationale (c'est-à-dire qu'elle a englobé au moins trois (3) provinces et/ou territoires, dont le Québec);</li> <li>2) des événements de marketing expérientiel (défini comme une tactique de marketing qui mobilise directement les gens et les encourage à participer à une initiative sociale);</li> <li>3) du marketing d'influence (défini comme une tactique de marketing qui fait la promotion d'une initiative sociale grâce à des personnes [influenceurs] qui ont la</li> </ol>		

	<p>capacité d'atteindre un public cible par la voie de leurs réseaux établis); et</p> <p>4) l'élaboration de produits de communication connexes en anglais et en français.</p> <p><b>Les résumés de projet doivent comprendre les éléments suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nom et coordonnées (adresse de courriel et numéro de téléphone) du client externe;</li> <li>b) Dates de début et de fin;</li> <li>c) Nombre d'événements expérientiels et emplacements de ceux-ci, y compris : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. lieu (adresse comprenant la province ou le territoire);</li> <li>b. nombre d'événements mis en œuvre sur place (le cas échéant).</li> </ul> </li> <li>d) nombre d'influenceurs et portée globale, y compris : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. nombre d'abonnés dans les médias sociaux sur chaque plateforme;</li> <li>b. caractéristiques démographiques des abonnés; et</li> <li>c. âge du public cible.</li> </ul> </li> <li>e) Nature et portée des services fournis, y compris : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. titre du projet;</li> <li>b. description sommaire de la campagne de marketing expérientiel et de la campagne d'influence;</li> <li>c. liste des produits livrables du projet;</li> <li>d. description du matériel promotionnel créé pour la campagne, notamment des exemples du matériel créatif;</li> <li>e. indicateurs de rendement clés pour atteindre les objectifs (minimum de 2) et résultats.</li> </ul> </li> <li>f) Sondages réalisés après les événements, y compris : <ul style="list-style-type: none"> <li>a. nombre de sondages réalisés;</li> <li>b. rapport des résultats;</li> <li>c. exemple de sondage.</li> </ul> </li> </ul> <p>Le gouvernement du Canada pourrait communiquer avec les références pour valider leur expérience.</p>		
<p><b>O3</b></p>	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant des résumés de projet détaillés, que la ressource proposée comme chargé de compte possède un minimum de trois (3) années d'expérience dans la planification, la mise en œuvre et la surveillance des services ainsi que la production de rapports au cours des cinq (5) dernières années.</p> <p><b>Les résumés de projet doivent comprendre les éléments suivants :</b></p>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nom et coordonnées (adresse de courriel et numéro de téléphone) du client externe;</li> <li>b) Dates de début et de fin;</li> <li>c) Titre et description de chaque projet;</li> <li>d) Emplacement (province et/ou région) de chaque événement expérientiel;</li> <li>e) Rôle de la ressource proposée. Les tâches de cette ressource doivent avoir compris la supervision de la planification, des finances, de la mise en œuvre, de la surveillance et de la production de rapports.</li> </ul> <p>Le gouvernement du Canada pourrait communiquer avec les références pour valider leur expérience.</p>		
<b>O4</b>	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant des résumés de projet détaillés, que la ressource proposée comme chargé de compte a géré un minimum de cinq (5) campagnes nationales d'événements de marketing expérientiel au cours des cinq (5) dernières années.</p> <p><b>Les résumés de projet doivent comprendre les éléments suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nom et coordonnées (adresse de courriel et numéro de téléphone) du client externe;</li> <li>b) Dates de début et de fin;</li> <li>c) Titre et description de chaque projet;</li> <li>d) Emplacement (province et/ou région) de chaque événement expérientiel;</li> <li>e) Rôle de la ressource proposée. Les tâches de cette ressource doivent avoir compris la supervision de la planification, des finances, de la mise en œuvre, de la surveillance et de la production de rapports.</li> </ul> <p>Le gouvernement du Canada pourrait communiquer avec les références pour valider leur expérience.</p>		
<b>O5</b>	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant des résumés de projet détaillés, que la ressource proposée comme facilitateur principal d'événement* possède un minimum de deux (2) années d'expérience de la supervision et de la gestion de campagnes nationales d'événements de marketing expérientiel au cours des trois (3) dernières années.</p> <p><i>*Le facilitateur principal d'événement; la personne qui supervise l'événement ou les événements et en assure la gestion.</i></p> <p><b>Les résumés de projet doivent comprendre les éléments suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nom et coordonnées (adresse de courriel et numéro de téléphone) du client externe;</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) Dates de début et de fin;</li> <li>c) Titre et description de chaque projet;</li> <li>d) Emplacement (province et/ou région) de chaque événement expérientiel;</li> <li>e) Rôle de la ressource proposée. Les fonctions de la ressource proposée doivent avoir compris la supervision et la gestion d'événements de marketing expérientiel.</li> </ul> <p>Le gouvernement du Canada pourrait communiquer avec les références pour valider leur expérience.</p>		
<b>O6</b>	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant des résumés de projet détaillés, que la ressource proposée comme facilitateur principal d'événement* a dirigé la réalisation des événements de trois (3) campagnes nationales d'événements de marketing expérientiel au cours des trois (3) dernières années.</p> <p><i>*Le facilitateur principal d'événement; la personne qui supervise l'événement ou les événements et en assure la gestion.</i></p> <p><b>Les résumés de projet doivent comprendre les éléments suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nom et coordonnées (adresse de courriel et numéro de téléphone) du client externe;</li> <li>b) Dates de début et de fin;</li> <li>c) Titre et description de chaque projet;</li> <li>d) Emplacement (province et/ou région) de chaque événement expérientiel;</li> <li>e) Rôle de la ressource proposée. Les fonctions de la ressource proposée doivent avoir compris la direction de la réalisation d'événements de marketing expérientiel.</li> </ul> <p>Le gouvernement du Canada pourrait communiquer avec les références pour valider leur expérience.</p>		
<b>O7</b>	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant des résumés de projet détaillés, que la ressource proposée comme stratège des communications possède un minimum de trois (3) années d'expérience au cours des cinq (5) dernières années dans la planification stratégique et la surveillance de campagnes nationales d'événements de marketing expérientiel et de campagnes de marketing d'influence, ainsi que dans la production de rapports sur celles-ci.</p> <p><b>Les résumés de projet doivent comprendre les éléments suivants :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Nom et coordonnées (adresse de courriel et numéro de téléphone) du client externe;</li> </ul>		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>b) Dates de début et de fin;</li> <li>c) Titre et description de chaque projet;</li> <li>d) Emplacement (province et/ou région) de chaque événement;</li> <li>e) Nombre d'abonnés dans les médias sociaux pour chaque influenceur;</li> <li>f) Rôle de la ressource proposée. Les tâches de cette ressource doivent avoir compris la planification stratégique, la surveillance et la production de rapports.</li> </ul> <p>Le gouvernement du Canada pourrait communiquer avec les références pour valider leur expérience.</p>		
<b>O8</b>	<p>Le soumissionnaire doit fournir pour CHAQUE ressource proposée des lettres de recommandation de clients, qui attestent de la capacité de celle-ci à fournir des services en anglais et en français.</p> <p>Les lettres de recommandation doivent être fournies avec la soumission.</p>		

#### Critères financiers obligatoires

<b>Numéro</b>	<b>Description</b>	<b>Instructions à l'intention des soumissionnaires</b>
<b>FO1</b>	La soumission ne doit pas dépasser 2 millions de dollars, montant qui doit comprendre la période d'option et toutes les taxes applicables.	<b>Les prix doivent figurer UNIQUEMENT dans la section II, Soumission financière</b>

### 1.1.2 Exigences cotées

En plus de satisfaire aux critères obligatoires, le soumissionnaire doit respecter les critères cotés indiqués ci-dessous.

Numéro	Critères	Points Maximal de points à attribuer	Note réelle	Remarques
C1	<p>Le soumissionnaire doit proposer un plan de travail ou une méthodologie pour la mise en œuvre du projet. Le plan de travail ou la méthodologie DOIT contenir les éléments suivants :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) La méthodologie proposée par le soumissionnaire pour travailler en collaboration avec SC. (2 points)</li> <li>2) Le plan de travail proposé par le soumissionnaire pour atteindre les objectifs de l'énoncé des travaux à l'annexe A. Le calendrier doit décrire les activités et les échéanciers pour chacune des trois ressources proposées. (5 points par ressource)</li> <li>3) La méthodologie proposée par le soumissionnaire afin de mesurer et d'évaluer les résultats de l'événement et des programmes d'influenceurs. (3 points)</li> <li>4) Les méthodes proposées par le soumissionnaire pour assurer le contrôle de la qualité et la mise en œuvre dans les délais. (4 points)</li> <li>5) La stratégie de détermination et d'atténuation des risques proposée par le soumissionnaire. (2 points)</li> </ol>	/26	/26	
C2	<p>Le soumissionnaire doit démontrer, en fournissant un résumé de projet détaillé, qu'il a élaboré et géré une (1) campagne nationale ou provinciale au cours des trois (3) dernières années, campagne qui ciblait les jeunes et les jeunes adultes et qui les a sensibilisés à un ou des sujets/enjeux d'ordre social*. Le soumissionnaire doit indiquer comment l'expérience qu'il a acquise lors du projet est pertinente pour les travaux requis qui sont décrits dans l'énoncé des travaux à l'annexe A.</p> <p><i>*Sujet ou enjeu d'ordre social s'entend d'un sujet sans but commercial (p. ex. des campagnes contre le tabagisme, la conduite avec facultés affaiblies, les</i></p>	/10	/10	

	<p><i>questions de santé ou de sécurité, etc.).</i></p> <p><b>Le résumé de projet doit comprendre les éléments suivants :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Nom du client externe.</li> <li>2) Dates de début et de fin;</li> <li>3) Emplacements et nombre de lieux;</li> <li>4) Public(s) cible(s);</li> <li>5) Sujet(s)/enjeu(x) d'ordre social de la campagne;</li> <li>6) Description des services fournis;</li> <li>7) Nature et portée des services fournis, y compris :       <ol style="list-style-type: none"> <li>a) titre du projet;</li> <li>b) résumé de la campagne d'événements de marketing expérientiel;</li> <li>c) liste des produits livrables du projet;</li> <li>d) description du matériel promotionnel créé pour la campagne;</li> <li>e) indicateurs de rendement clés pour atteindre les objectifs (minimum de 2) et résultats.</li> </ol> </li> <li>8) Tactiques novatrices utilisées et justification;</li> <li>9) Résultats obtenus.</li> </ol> <p><b>ATTRIBUTION DES POINTS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le résumé de projet n'est pas lié à un sujet ou enjeu social, et il ne décrit pas la façon dont il s'applique à l'énoncé des travaux dans l'annexe A. (0 point)</li> <li>• Le résumé de projet est plutôt lié à un sujet ou enjeu social, et il décrit assez bien la façon dont il s'applique à l'énoncé des travaux dans l'annexe A. (5 points)</li> <li>• Le résumé de projet est clairement lié à un sujet ou enjeu social, et il décrit parfaitement la façon dont il s'applique à l'énoncé des travaux dans l'annexe A. (10 points)</li> </ul>			
--	---	--	--	--

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

Les soumissionnaires doivent fournir les attestations requises et autres renseignements 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. À moins d'indication contraire, le Canada déclarera une soumission non recevable ou un manquement de la part de l'entrepreneur 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 sera déclarée non recevable ou constituera un manquement aux termes du contrat.

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

Les soumissionnaires doivent présenter les documents d'attestation suivants dûment remplis dans leur soumission.

#### **5.1.1 Dispositions relatives à l'intégrité – Déclaration de condamnation à une infraction**

Conformément aux dispositions relatives à l'intégrité des instructions uniformisées, tous les soumissionnaires doivent présenter avec leur soumission, **s'il y a lieu**, le formulaire de déclaration d'intégrité disponible sur le site Web [Intégrité – Formulaire de déclaration](http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ci-if/declaration-fra.html) (<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ci-if/declaration-fra.html>), afin que leur soumission ne soit pas rejetée du processus d'approvisionnement.

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

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

#### **5.2.1 Dispositions relatives à l'intégrité – Documentation exigée**

Conformément à l'article intitulé Renseignements à fournir lors d'une soumission, de la passation d'un contrat ou de la conclusion d'un accord immobilier de la [Politique d'inadmissibilité et de suspension](http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ci-if/politique-policy-fra.html) (<http://www.tpsgc-pwgsc.gc.ca/ci-if/politique-policy-fra.html>), le soumissionnaire doit présenter la documentation exigée, s'il y a lieu, afin que sa soumission ne soit pas rejetée du processus d'approvisionnement.

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

En présentant une soumission, le soumissionnaire atteste que le soumissionnaire, et tout membre de la coentreprise si le soumissionnaire est une coentreprise, n'est pas nommé dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF » du Programme de contrats fédéraux (PCF) pour l'équité en matière d'emploi disponible au bas de la page du site Web d'[Emploi et Développement social Canada \(EDSC\) – Travail](https://www.canada.ca/fr/emploi-developpement-social/programmes/equite-emploi/programme-contrats-federaux.html#s4) (<https://www.canada.ca/fr/emploi-developpement-social/programmes/equite-emploi/programme-contrats-federaux.html#s4>).



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 intitulée 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.

### **5.2.3 Attestations additionnelles préalables à l'attribution du contrat**

#### **5.2.3.2 Statut et disponibilité du personnel**

5.2.3.2.1 Clause A3005T du *Guide des CCUA* (2010-08-16) Statut et disponibilité du personnel

#### **5.2.3.4 Études et expérience**

5.2.3.4.1 Clause A3010T du *Guide des CCUA* (2010-08-16) Études et expérience

## **PARTIE 6 – EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ**

### **6.1 Exigences en matière de sécurité**

Il n'y a pas d'exigence en matière de sécurité qui s'applique au présent contrat.

## **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 effectuer les travaux conformément à l'énoncé des travaux qui figure à l'annexe A et à sa soumission technique intitulée \_\_\_\_\_ datée du \_\_\_\_\_.

### **7.2 Clauses et conditions uniformisées**

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>) publié par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.

#### **7.2.1 Conditions générales**

La clause 2035 (2016-04-04), Conditions générales - besoins plus complexes de services s'applique au contrat et en fait partie intégrante.

### **7.3 Exigences en matière de sécurité**

7.3.1 Il n'y a pas d'exigence en matière de sécurité qui s'applique au présent contrat.

## **7.4 Durée du contrat**

### **7.4.1 Période du contrat**

La période du contrat commence à la date du contrat et prend fin le 31 mars 2019 inclusivement.

### **7.4.3 Option de prolongation du contrat**

L'entrepreneur accorde au Canada l'option irrévocable de prolonger la durée du contrat pour une période supplémentaire pouvant aller jusqu'à une année, selon les mêmes conditions. L'entrepreneur accepte que, pendant la période prolongée du contrat, il sera rémunéré conformément aux dispositions applicables énoncées dans la Base de paiement.

Le Canada peut exercer cette option à tout moment en envoyant un avis écrit à l'entrepreneur au moins 30 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.

## **7.4.4 Responsables**

### **7.4.1 Autorité contractante**

L'autorité contractante pour le contrat est :

Nom : Erin Massey  
Titre : Agente principale d'approvisionnement et contrats  
Santé Canada  
Direction générale du contrôleur ministériel  
Direction : Gestion du matériel et des biens  
Adresse : 200, promenade Eglantine, Ottawa (Ontario) K1A 0K9  
Téléphone : 613-941-2094  
Courriel : [erin.massey@canada.ca](mailto:erin.massey@canada.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 par suite de demandes ou instructions verbales ou écrites de toute personne autre que l'autorité contractante.

### **7.4.2 Chargé de projet (à indiquer au moment de l'attribution du contrat)**

Le chargé de projet pour le contrat est :

Nom : \_\_\_\_\_  
Titre : \_\_\_\_\_  
Organisation : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_  
  
Téléphone : \_\_\_\_ - \_\_\_\_ - \_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_

Le chargé de projet représente le ministère ou l'organisme pour lequel les travaux sont exécutés dans le cadre 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 de 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 des contrats 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.

### 7.7 Paiement

#### 7.7.1 Base de paiement

Consulter l'annexe B – Base de paiement.

#### 7.7.2 Limite de prix

Clause [C6000C](#) du *Guide des CCUA* (2017-08-17) Limite de prix

#### 7.7.3 Paiement électronique de factures – contrat

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

- a. Dépôt direct (national et international)

#### 7.7.4 Vérification discrétionnaire

Clause [C0101C](#) du *Guide des CCUA* C0101C (2010-01-11) Vérification discrétionnaire

### 7.5 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 indiqués sur la facture soient exécutés.  
Chaque facture doit être appuyée par :
  - a. une copie des feuilles de temps pour corroborer le temps de travail réclamé;
  - b. une copie du document de sortie et de tout autre document tel qu'il est spécifié au contrat;
  - c. une copie des factures, reçus et pièces justificatives pour tous les frais directs et pour tous les frais de déplacement et de subsistance;
  - d. une copie du rapport mensuel sur l'avancement des travaux.

2. Les factures doivent être distribuées comme suit :

- . L'original doit être envoyé à l'adresse [hc.p2p.east.invoices-factures.est.sc@canada.ca](mailto:hc.p2p.east.invoices-factures.est.sc@canada.ca) pour attestation et paiement.

## **7.9 Attestations et renseignements supplémentaires**

### **7.9.1 Conformité**

À moins d'indication contraire, le respect continu des attestations fournies par l'entrepreneur avec sa soumission ou préalablement à l'attribution du contrat, ainsi que la coopération constante quant aux renseignements supplémentaires, sont des conditions du contrat et leur non-respect constituera un manquement de la part de l'entrepreneur. Les attestations pourront faire l'objet de vérifications par le Canada pendant toute la durée du contrat.

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

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

### **7.10 Lois applicables**

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

### **7.11 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) Conditions générales – Complexité élevée – Services;
- (c) l'Annexe A, Énoncé des travaux;
- (d) l'annexe B, Base de paiement;
- (e) la soumission de l'entrepreneur datée du \_\_\_\_\_.

### **7.12 Assurances**

Clause [G1005C](#) du *Guide des CCUA* (2016-01-28) Assurances

## ANNEXE A ÉNONCÉ DES TRAVAUX

### ***Campagne de marketing et de sensibilisation du public à l'égard des risques pour la santé associés aux produits de vapotage*** **Programme d'événements de marketing expérientiel et Programme de marketing d'influence**

#### **1. PORTÉE**

##### **1.1 Introduction**

Santé Canada (SC) a besoin des services d'un entrepreneur pour élaborer, mettre en œuvre et gérer un Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale et un Programme de marketing d'influence, ainsi que pour produire des rapports connexes, pour soutenir la *Campagne de marketing et de sensibilisation du public à l'égard des risques pour la santé qui sont associés aux produits de vapotage* dont l'objectif est de mieux faire connaître les dangers et les risques qui sont associés à l'utilisation des produits de vapotage parmi les jeunes Canadiens âgés de 15 à 18 ans et les jeunes adultes non-fumeurs âgés de 19 à 24 ans.

##### **1.2 Objectifs**

- Sensibiliser les publics cibles aux dangers et aux risques qui sont associés à l'utilisation des produits de vapotage et les amener à participer à un dialogue à ce sujet.
- Aider à prévenir l'utilisation des produits de vapotage chez les jeunes et les jeunes adultes non-fumeurs.

##### **1.3 Renseignements généraux**

Le 22 novembre 2016, le gouvernement du Canada a présenté [le projet de loi S-5](#), modifiant notamment la *Loi sur le tabac*, pour établir la *Loi sur le tabac et les produits de vapotage*. La loi sur les produits de vapotage proposée par le gouvernement vise à concilier quatre objectifs de santé publique : **protéger les jeunes de la dépendance à la nicotine et de l'incitation au tabagisme et au vapotage**; permettre aux adultes, particulièrement aux fumeurs, d'accéder légalement aux produits de vapotage comme option de rechange moins nocive au tabac; préserver un accès au marché pour les produits de vapotage offerts à des fins thérapeutiques; et protéger la santé et la sécurité des Canadiens.

Le vapotage renvoie à l'utilisation d'un dispositif électronique (p. ex., une cigarette électronique) pour convertir un liquide de vapotage en aérosol aux fins d'inhalation dans la bouche et les poumons de l'utilisateur. Les liquides de vapotage contiennent généralement un solvant de support (p. ex., propylèneglycol ou glycérol), des arômes, et plusieurs d'entre eux renferment de la nicotine dérivée du tabac. D'autres substances peuvent être inhalées au moyen de dispositifs de vapotage (p. ex., cannabis). Le Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale mettra toutefois l'accent sur les produits de vapotage qui libèrent de la nicotine dans l'organisme des utilisateurs.

Même si les produits de vapotage sont offerts sur le marché depuis moins d'une décennie, leur utilisation a connu une croissance considérable dans le monde entier, en particulier chez les jeunes. En 2015, 26 % des jeunes âgés de 15 à 19 ans avaient essayé une cigarette électronique (une augmentation de 6 % par rapport à 2013); et 30 % des jeunes âgés de 20 à 24 ans avaient essayé une cigarette électronique (une augmentation de 10 % par rapport à 2013). L'adolescence représente une période critique pour le développement cérébral durant laquelle la nicotine peut avoir une incidence nuisible; et l'exposition à la nicotine au moyen de produits de vapotage pourrait entraîner une nouvelle génération de jeunes aux prises avec une dépendance à vie à la nicotine. La science ne fait que commencer à nous éclairer sur les risques des produits de vapotage, alors que le gouvernement du Canada continue d'investir dans des recherches scientifiques pour mieux comprendre les répercussions des produits de vapotage sur la santé et recueillir des données sur la façon dont les Canadiens utilisent ces produits.

Santé Canada continue de sensibiliser le public aux dangers du tabagisme, et s'apprête à sensibiliser ce dernier à l'égard des risques pour la santé qui sont associés à l'utilisation des produits de vapotage (avant ou après l'obtention de la sanction royale pour le projet de loi S-5). Cela suppose la modernisation de la section « [Tabagisme et tabac](#) » du site Canada.ca afin d'ajouter des renseignements à jour sur le vapotage et les produits du tabac et du contenu dynamique (p. ex., images, fiches techniques, infographies, vidéos) et l'organisation d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale.\*

*\*Remarque : D'autres activités, comme des partenariats, de la publicité et de la promotion dans les médias sociaux, seront aussi organisées pour sensibiliser les jeunes âgés de 15 à 18 ans, les jeunes adultes âgés de 19 à 24 ans, et les parents des jeunes âgés de 13 à 18 ans.*

## 1.4 Publics cibles

### > Public primaire :

- Les jeunes âgés de 15 à 18 ans
  - Les jeunes Canadiens sont une population à risque.
  - Ils peuvent être sensibilisés au moyen d'événements organisés dans leur école secondaire (p. ex., dans un cours d'éducation physique) et par l'intermédiaire d'influenceurs.
- Jeunes adultes non-fumeurs âgés de 19 à 24 ans
  - Les jeunes adultes canadiens sont une population à risque.
  - Ils peuvent être sensibilisés au moyen d'événements organisés dans leurs collèges et leurs universités, ainsi que par l'intermédiaire d'influenceurs.

### Public secondaire :

- Les parents des jeunes âgés de 15 à 18 ans
  - Les parents sont une source essentielle et crédible de renseignements pour leurs enfants.
  - On doit leur fournir des outils et des ressources pour les aider à aborder ce sujet avec leurs enfants.
  - Ils peuvent être sensibilisés au moyen de bulletins ou de courriels de l'école ou d'autres groupes axés sur les parents, ainsi que par l'intermédiaire d'influenceurs.
- Les enseignants des jeunes âgés de 15 à 18 ans
  - Les enseignants sont une source crédible de renseignements pour leurs élèves.
  - On doit leur fournir des outils et des ressources pour les aider à aborder ce sujet en classe avec leurs étudiants.
  - Ils peuvent être sensibilisés au moyen d'événements organisés dans les écoles secondaires où ils enseignent.

## 2. TÂCHES

### 2.1 Élaboration d'un Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale

L'entrepreneur doit réaliser les tâches suivantes :

- a) Élaborer une stratégie et un plan d'action pour un Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale pour : sensibiliser les jeunes âgés de 15 à 18 ans et les jeunes adultes non-fumeurs âgés de 19 à 24 ans du Canada, en favorisant une participation maximale; et fournir aux parents et aux enseignants des jeunes âgés de 15 à 18 ans les outils et les ressources dont ils ont besoin pour entamer le dialogue et des discussions à ce sujet. La stratégie et le plan d'action doivent :

- i. Tenir compte des enseignements et des recommandations tirés de programmes d'événements de marketing expérientiel semblables (p. ex., la campagne de sensibilisation à la lutte contre le tabagisme *Je te laisse* de Santé Canada); ainsi que des recherches sur l'opinion publique récentes et pertinentes (p. ex., analyse et segmentation des groupes de pairs de Santé Canada de 2018, en matière de vapotage et de tabagisme pour les Canadiens âgés de 13 à 24 ans comprenant une revue de la littérature, des groupes de discussion, et un sondage en ligne).
  - ii. Intégrer deux séries d'événements, s'étendant sur une période de huit semaines chacune, qui sont harmonisées avec le calendrier des écoles secondaires, des cégeps, des collèges et des universités (automne/hiver et hiver/printemps).
  - iii. Utiliser des technologies ou des moyens nouveaux et novateurs qui plairont aux jeunes et aux jeunes adultes et permettront de rejoindre les parents et les enseignants pour diffuser de l'information sur les dangers et les risques qui sont associés à l'utilisation des produits de vapotage.
  - iv. Intégrer des tactiques qui fonctionnent auprès des jeunes et des jeunes adultes et qui comprennent des contenus permettant d'entamer un dialogue avec ces publics. Ces tactiques pourraient comprendre un jeu, un concours ou d'autres activités visant à favoriser la participation aux événements et au programme.
  - v. Intégrer des méthodes recommandées pour fournir aux parents et aux enseignants des outils et des ressources qui les aideront à entamer un dialogue à ce sujet avec des jeunes âgés de 15 à 18 ans.
  - vi. Intégrer des méthodes pour mieux faire connaître les événements et la programmation aux publics cibles, grâce à :
    - des activités et des moyens de communication intéressants et novateurs (p. ex., médias sociaux) permettant d'atteindre les publics cibles et de les encourager à participer aux événements ou au programme.
    - une collaboration avec des représentants d'écoles secondaires, de cégeps, de collèges et des universités et des partenaires afin de mieux faire connaître les événements et de favoriser la participation au moyen de méthodes traditionnelles ou numériques.
  - vii. Comprendre un plan de mise en œuvre et un calendrier de production détaillé.
  - viii. Prévoir une stratégie d'atténuation.
  - ix. Intégrer des indicateurs de rendement clés et des rapports sur les activités.
- b) Susciter la participation d'influenceurs pertinents (p. ex., « célébrités » des médias sociaux) pour encourager les jeunes et les jeunes adultes à participer aux événements et faciliter la diffusion des renseignements sur les dangers et les risques qui sont associés à l'utilisation des produits de vapotage.
  - c) Proposer un programme parallèle pour ceux qui ne peuvent pas assister aux événements en personne.
  - d) Préparer et produire tout le matériel de communication nécessaire pour les événements (en français et en anglais\*).
  - e) Acquérir les droits d'auteur des produits de communication (pour les images et les illustrations) et négocier les cachets d'artistes auprès des syndicats canadiens concernés (p. ex., Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists; Union des artistes), au besoin.

*\*Pour assurer l'intégrité et l'efficacité des produits de communication de Santé Canada, l'entrepreneur doit fournir des services et produire des documents qui respectent les politiques administratives du gouvernement du Canada qui sont émises par le Conseil du Trésor, y compris, mais sans s'y limiter, les éléments suivants :*

- La *Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada*, qui permet de s'assurer que les communications, dans l'ensemble du gouvernement du Canada, sont coordonnées adéquatement, gérées efficacement et répondent bien aux divers besoins du public en matière de renseignements (<http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>).
- Le *Manuel du programme de coordination* de l'image de marque, qui permet de s'assurer que les produits qui s'adressent au public sont conformes aux exigences qui y sont énoncées (<http://www.tbs-sct.gc.ca/hgw-cgf/oversight-surveillance/communications/fip-pcim/man/mantb-fra.asp>).
- La *Norme sur l'accessibilité des sites Web* (<http://www.tbs-sct.gc.ca/ws-nw/index-fra.asp>) afin de garantir la conformité aux *Règles pour l'accessibilité des contenus Web 2.0* ([www.w3.org/TR/WCAG20](http://www.w3.org/TR/WCAG20) [en anglais seulement]).

## 2.2 Élaboration de programmes complémentaires

L'entrepreneur doit, à la demande du chargé de projet, élaborer et intégrer un programme complémentaire (concours ou autre contenu novateur) permettant de tirer parti de plusieurs canaux de communication afin d'atteindre les publics cibles et de faire connaître la Campagne sur les *risques pour la santé qui sont associés aux produits de vapotage*.

- f) Élaborer un Programme de marketing d'influence pour ceux qui ne pourront pas assister aux événements en personne. Le programme devrait :
- tenir compte des enseignements et recommandations tirés des programmes de marketing d'influence similaires (p. ex., campagne de sensibilisation à la lutte contre le tabagisme *Je te laisse* de Santé Canada); ainsi que des recherches sur l'opinion publique récentes et pertinentes (p. ex., analyse et segmentation des groupes de pairs de Santé Canada de 2018, en matière de vapotage et de tabagisme pour les Canadiens âgés de 13 à 24 ans comprenant une revue de la littérature, des groupes de discussion, et un sondage en ligne);
  - utiliser des technologies ou des moyens nouveaux et novateurs qui plairont aux jeunes et aux jeunes adultes pour diffuser des renseignements sur les dangers et les risques qui sont associés à l'utilisation des produits de vapotage.

## 2.3 Élaboration d'une campagne de sensibilisation pour le Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale

L'entrepreneur doit mieux faire connaître les événements, la programmation et les programmes complémentaires aux publics cibles au moyen de ce qui suit :

- L'utilisation d'activités\* et de canaux de communication intéressants et novateurs, comme les médias sociaux, pour atteindre les publics cibles et les encourager à participer à un événement ou au programme.
- Une collaboration avec des représentants d'écoles secondaires, de cégeps, de collèges et des universités et des partenaires afin de mieux faire connaître les événements et de favoriser la participation au moyen de méthodes traditionnelles ou numériques.
- La création puis la fabrication de certains articles\*\* promotionnels (p. ex., cartes postales, affiches, etc.).

\*Les activités et les canaux de communication doivent être approuvés par le chargé de projet avant qu'un événement puisse être organisé.

\*\*Les articles promotionnels doivent être approuvés par le chargé de projet avant qu'un événement puisse être organisé.



## **2.4 Mise en œuvre et gestion du Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale**

L'entrepreneur doit mettre en œuvre et gérer chaque événement en réalisant les tâches suivantes :

- a) Réserver le lieu pour la tenue de chaque événement\*.
- b) Obtenir les autorisations ou permis appropriés de l'autorité (municipale ou autre) responsable du lieu.
- c) Lancer une campagne de sensibilisation avant et pendant les événements ne comprenant pas de publicité payée.
- d) Transporter tout le matériel requis et le personnel de l'entrepreneur à chaque lieu de présentation.
- e) Aménager le lieu de tenue de l'événement, au besoin (p. ex., installer les kiosques, les plateformes, le matériel audiovisuel, etc.) et vérifier l'équipement pour s'assurer qu'il fonctionne bien.
- f) Fournir des ambassadeurs qualifiés pour les événements\*\* (au moins deux [2] ambassadeurs par événement) pour partager des connaissances sur le sujet reposant sur la formation offerte par l'entrepreneur, entamer un dialogue efficace en personne avec les publics cibles, mieux faire connaître les dangers et les risques associés à l'utilisation de produits de vapotage, et favoriser la participation au programme et la mise à jour de ce dernier. Les ambassadeurs doivent posséder les compétences requises pour être en mesure de communiquer avec les publics cibles.
- g) Le facilitateur et/ou les ambassadeurs des événements doivent être capables de résoudre les problèmes techniques qui pourraient survenir au cours d'un événement.
- h) Le facilitateur et/ou les ambassadeurs des événements doivent s'exprimer dans la langue la plus répandue parmi les participants de chaque événement.
- i) Fournir au moins un (1) facilitateur principal d'événement bilingue pour superviser et gérer les événements et les ambassadeurs.
- j) À la demande du chargé de projet, exécuter le ou les programme(s) complémentaire(s).
- k) Recueillir les renoncations signées par les participants, au besoin.
- l) Préparer et transmettre un sondage aux participants, au besoin.
- m) À la fin d'un événement, démonter et retirer tout le matériel utilisé au cours de l'activité.
- n) Créer des rapports d'activités conformément aux instructions énoncées dans la section « Produits livrables ».
- o) L'entrepreneur doit aviser le chargé de projet par écrit dès qu'il est au courant de tout problème pouvant l'empêcher de réaliser les travaux décrits dans l'énoncé des travaux, et lui proposer des solutions.

*\*Tous les frais liés aux événements doivent être approuvés par le chargé de projet. Les frais liés aux événements font partie des frais remboursables qui sont énoncés à l'annexe B – Base de paiement.*

*\*\*Si un membre du personnel est jugé inapte à fournir les services, après avoir reçu un avis écrit du chargé de projet, l'entrepreneur doit prendre les mesures correctives appropriées dans les deux (2) jours ouvrables suivant la réception de l'avis. Tout coût associé à un tel remplacement devra être assumé par l'entrepreneur.*

## **2.5 Travaux au cours d'une année d'option**

Puisque le gouvernement du Canada continue d'investir dans les recherches scientifiques visant à mieux comprendre les répercussions des produits du vapotage sur la santé et à recueillir des données sur la façon dont les Canadiens les utilisent, ainsi que sur les caractéristiques des Canadiens qui les utilisent, on pourrait élargir la portée au cours des prochaines années afin d'ajouter

des messages portant sur de nouveaux dangers et risques, de même que sur les conséquences d'une exposition secondaire, et trouver de nouveaux publics cibles.

- 2.5.1 Les services suivants pourraient s'avérer nécessaires au cours d'une année d'option :
- a) Élaborer, mettre sur pied et évaluer un Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle régionale ou nationale permettant de sensibiliser différents publics et de les encourager à participer à un dialogue partout au Canada sur les dangers et les risques associés à l'utilisation de produits de vapotage et à une exposition secondaire. Les publics cibles pourraient varier.
  - b) Travailler avec des commissions scolaires, des cégeps, des collèges, des universités et d'autres centres et organismes universitaires au Canada.
  - c) Travailler avec des détaillants et d'autres organisations ou entreprises de l'ensemble du Canada.
- 2.5.2 Les tâches pourraient comprendre, sans toutefois s'y limiter, les éléments suivants :
- a) Élaborer des stratégies et des plans d'action pour un programme d'événements afin d'établir des liens avec différents publics cibles et de favoriser une participation maximale.
  - b) Élaborer des programmes de participation parallèles pour ceux qui ne peuvent pas assister aux événements en personne (p. ex., un programme de marketing d'influence).
  - c) Préparer et produire tout le matériel de communication nécessaire pour les événements, autant en français qu'en anglais.
  - d) Acquérir les droits d'auteur des produits de communication et négocier les cachets d'artistes auprès des syndicats canadiens pertinents, s'il y a lieu.
  - e) Élaborer et intégrer des programmes complémentaires (concours ou autre contenu novateur) pour atteindre les publics cibles et les maintenir ou accroître leur sensibilisation.
  - f) Mieux faire connaître les événements, la programmation et les programmes complémentaires aux publics cibles.
  - g) Élaborer des plans de mise en œuvre comprenant des calendriers de production détaillés, des indicateurs de rendement clés et une évaluation des résultats obtenus.
  - h) Mettre sur pied et gérer les événements.
  - i) Utiliser les plateformes de médias sociaux existantes afin d'accroître la portée des messages.

### **3. SERVICES REQUIS**

#### **3.1 Chargé de compte**

L'entrepreneur doit fournir les services d'un chargé de compte qui devra notamment effectuer les tâches suivantes :

- a) Travailler avec le chargé de projet à l'élaboration et à la mise sur pied du Programme d'événements de marketing expérientiel.
- b) S'assurer que toutes les procédures du gouvernement du Canada sont respectées et que les documents requis sont disponibles.
- c) Gérer au quotidien toutes les ressources qui travaillent à la préparation du matériel qui sera utilisé au cours des événements.
- d) Participer aux réunions et aux séances d'information avec le client.
- e) Superviser les travaux réalisés par les sous-traitants approuvés et produire les rapports connexes.
- f) Créer et soumettre au chargé de projet les rapports de situation hebdomadaires, les rapports d'activités et les rapports finaux sur les événements du programme (voir la section sur les produits livrables).
- g) Fournir des rapports provisoires mensuels par courriel au chargé de projet précisant le temps et les ressources utilisés pour fournir les services requis par Santé Canada.

### 3.2 Stratège en communications

L'entrepreneur doit fournir les services d'un stratège en communications qui sera notamment chargé d'effectuer les tâches suivantes :

- a) Élaborer les plans d'action et la stratégie de la campagne d'événements, y compris tous les éléments énoncés à la section 2.1.
- b) Élaborer une stratégie de sensibilisation pour la campagne d'événements afin d'engager un dialogue avec les jeunes âgés de 15 à 18 ans, les jeunes adultes non-fumeurs âgés de 19 à 24 ans, et les parents des jeunes âgés de 13 à 18 ans, et de les encourager à participer aux activités.
- c) Surveiller le rendement des événements de la campagne et l'optimiser adéquatement, s'il y a lieu.
- d) Produire des rapports sur le rendement des méthodes et des événements, et évaluer leur contribution à l'atteinte des objectifs généraux.

### 4. PRODUITS LIVRABLES

L'entrepreneur doit soumettre les éléments suivants :

- a) Une stratégie et un plan d'action pour le programme d'événements, dans les 10 jours ouvrables suivant la réunion de lancement.
- b) Avant d'organiser un événement :
  - i. Une liste complète de tous les emplacements, des dates et de la langue qui sera utilisée au cours des événements.
  - ii. Des versions préliminaires de tout le matériel de communication, en français et en anglais.
  - iii. Les versions finales de tout le matériel de communication, en français et en anglais.
- c) Des rapports de situation hebdomadaires comprenant, sans toutefois s'y limiter, les éléments suivants :
  - i. Les rapports hebdomadaires sur l'état du projet comprenant les réalisations, les enjeux et les étapes à venir.
  - ii. La ventilation des coûts (personnel, déplacements et honoraires). L'entrepreneur doit présenter un suivi distinct du temps et du budget pour chaque activité liée aux événements.
  - iii. Les estimations de coûts demandées par le chargé de projet.
- d) Des rapports d'activités présentés une semaine après chaque événement ou dans un délai acceptable approuvé par le chargé de projet. Les rapports doivent comprendre les résultats de chaque événement, des programmes de participation parallèles et complémentaires, ainsi qu'une évaluation de la façon dont chaque événement a contribué à l'atteinte de l'objectif général consistant à favoriser le dialogue sur les dangers et les risques associés à l'utilisation de produits de vapotage. Les mesures peuvent comprendre, sans toutefois s'y limiter, les éléments suivants :
  - i. Le nombre d'impressions et d'interactions pour chaque événement et à chaque emplacement.
  - ii. Les points saillants des interactions (questions, commentaires, etc.).
  - iii. Le recours aux produits de communication.
  - iv. Les niveaux de participation au programme de participation parallèle.
  - v. Les mesures relatives aux programmes complémentaires.
  - vi. Les mesures liées à des médias sociaux, si des plateformes sont créées pour des événements particuliers (impressions, commentaires, mentions j'aime, partages, clics).
  - vii. Les réponses au sondage.
- e) Le rapport final sur le Programme d'événements de marketing expérientiel contenant une compilation des résultats associés à chaque événement de marketing expérientiel, ainsi qu'une analyse comprenant les faits saillants, les leçons retenues et les recommandations à appliquer à l'avenir.
- f) Une copie maîtresse (sur une clé USB ou un disque dur externe) de tous les produits livrables en version finale (fichiers de travail et version finale des documents d'origine en format électronique). Tous les originaux (illustrations, médias électroniques, photographies, fichiers

sources, liens et polices) fournis ou créés pendant la production pour tout besoin de création graphique sont considérés comme étant la propriété du Canada et doivent être retournés au chargé de projet.

Tous les produits livrables doivent être approuvés par le chargé de projet.

## 5. RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

### 5.1 Obligations de l'entrepreneur

À moins d'avis contraire, l'entrepreneur doit utiliser son propre matériel et ses propres logiciels pour effectuer les tâches énoncées dans le présent énoncé des travaux.

### 5.2 Lieu de travail

- a) L'entrepreneur devra effectuer ces tâches dans son ou ses bureaux, ainsi qu'aux emplacements où les événements seront organisés. Il devra participer à des téléconférences à la demande du chargé de projet.
- b) Déplacements
  - Les employés embauchés pour animer les événements devront se déplacer dans l'ensemble du pays jusqu'aux emplacements où les événements seront organisés.
  - Tout paiement pour des frais de déplacement et de subsistance devra respecter les modalités de paiement énoncées dans la Directive sur les voyages du Conseil national mixte.

Compte tenu de la charge de travail et des échéanciers serrés, tout le personnel affecté à la réalisation d'un contrat résultant de la présente demande de propositions devra être prêt à travailler en étroite collaboration avec le chargé de projet et les autres employés du Ministère.

### 5.3 Langue de travail

L'entrepreneur doit effectuer tous les travaux en français et en anglais.

## 6. CALENDRIER ESTIMATIF DU PROJET

TÂCHES	CALENDRIER ESTIMATIF
Réunion de lancement et transfert des documents de référence du projet	3 jours ouvrables après l'attribution du contrat
Présentation d'une version préliminaire de la stratégie et du plan d'action	10 jours ouvrables après la réunion de lancement
Lancement de la campagne de sensibilisation	Phase I : automne/hiver 2018 Phase II : hiver/printemps 2019
Lancement du Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale	Phase I : automne/hiver 2018 (4 à 8 semaines) Phase II : hiver/printemps 2019 (4 à 8 semaines)
Lancement du Programme de marketing d'influence	Hiver/printemps 2019
Remise du rapport final sur le Programme d'événements de marketing expérientiel	Phase I : automne/hiver 2018 Phase II : hiver/printemps 2019
Remise du rapport final sur le Programme de marketing d'influence	Hiver/printemps 2019
Remise de la copie maîtresse (sur une clé USB ou un disque dur externe) contenant tous les produits livrables en version finale	Hiver 2019

## 7. DOCUMENTS PERTINENTS

Le chargé de projet fournira tous les documents pertinents à l'entrepreneur.

## ANNEXE « B », BASE DE PAIEMENT

### 1. Base de paiement

#### 1.1 Honoraires

Sous réserve de l'exécution satisfaisante par l'entrepreneur de toutes les obligations prévues au contrat, un prix ferme de \_\_\_\_\_ \$ lui sera versé. Les droits de douane sont inclus, et les taxes applicables sont en sus.

#### Ventilation du prix :

Description de la tâche ou des frais	Prix fermes tout inclus pour la période initiale du contrat	Prix fermes tout inclus pour la période d'option 1
Élaboration d'un Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale	_____ \$	_____ \$
Mise en œuvre et gestion de chaque événement	_____ \$	_____ \$
Élaboration, mise en œuvre et gestion d'un Programme de marketing d'influence	250 000 \$*	250 000 \$*
Organisation d'une campagne de sensibilisation pour le Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale et le Programme de marketing d'influence	_____ \$	_____ \$
Frais administratifs (taux horaire)	_____ \$ l'heure	_____ \$ l'heure

\*Non compris dans le prix total d'évaluation

#### Frais de déplacement et de subsistance

L'entrepreneur sera remboursé pour ses frais autorisés de déplacement et de subsistance raisonnablement et convenablement engagés au cours de l'exécution des travaux, au prix coûtant, sans aucune indemnité pour le profit ou les coûts indirects, 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 du Trésor](#) et aux autres dispositions de la Directive qui se rapportent aux « voyageurs » plutôt que celles qui se rapportent aux « employés ».

Tous les déplacements doivent être approuvés au préalable par le chargé de projet. Tous les paiements peuvent faire l'objet d'une vérification par le gouvernement.

Coût estimatif : \_\_\_\_\_ \$

#### Autres dépenses directes

L'entrepreneur sera remboursé pour les dépenses directes raisonnablement et convenablement engagées au cours de l'exécution des travaux. Ces dépenses seront payées au coût réellement engagé sans majoration, sur la présentation d'un relevé détaillé étayé par des bordereaux de réception.

- a) Matériel et équipement pour les événements et les visites (p. ex., habillage de véhicule, stand portatif, écrans interactifs, etc.).

- b) Articles promotionnels utilisés (p. ex., affiches, signets, menthes, etc.), au cours de l'organisation d'une campagne de sensibilisation pour le Programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale.
- c) Par événement : Frais liés aux événements (frais de réservation pour le lieu de tenue de l'événement et l'obtention des permis, frais de stationnement engagés pour tenir un événement, etc.).
- d) Mesures incitatives.

Coût estimatif : \_\_\_\_\_ \$

**Valeur totale estimée du contrat :** \_\_\_\_\_, taxes applicables en sus.

## ANNEXE 1 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]

Remplissez 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](#), dans le cadre 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).