



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

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

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

**Place du Portage, Phase III**

**Core 0B2 / Noyau 0B2**

**Gatineau**

**Québec**

**K1A 0S5**

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

**REQUEST FOR PROPOSAL  
DEMANDE DE PROPOSITION**

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

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

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

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

**Comments - Commentaires**

Cette demande de soumissions ne comporte pas une exigence relative à la sécurité.

**Vendor/Firm Name and Address**

**Raison sociale et adresse du**

**fournisseur/de l'entrepreneur**

**Issuing Office - Bureau de distribution**

Communication Procurement Directorate/Direction de  
l'approvisionnement en communication

360 Albert St. / 360, rue Albert

12th Floor / 12ième étage

Ottawa

Ontario

K1A 0S5

<b>Title - Sujet</b> Agence Marketing - Création	
<b>Solicitation No. - N° de l'invitation</b> 46558-193594/A	<b>Date</b> 2018-10-10
<b>Client Reference No. - N° de référence du client</b> 46558-19-3594	
<b>GETS Reference No. - N° de référence de SEAG</b> PW-\$\$CX-026-75604	
<b>File No. - N° de dossier</b> cx026.46558-193594	<b>CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME</b>
<b>Solicitation Closes - L'invitation prend fin</b> <b>at - à 02:00 PM</b> <b>on - le 2018-10-25</b>	<b>Time Zone</b> <b>Fuseau horaire</b> Eastern Daylight Saving Time EDT
<b>F.O.B. - F.A.B.</b> <b>Plant-Usine:</b> <input type="checkbox"/> <b>Destination:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Other-Autre:</b> <input type="checkbox"/>	
<b>Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à:</b> Michaud(CX Div.), Jasmin	<b>Buyer Id - Id de l'acheteur</b> cx026
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> (613) 990-4033 ( )	<b>FAX No. - N° de FAX</b> (613) 991-5870
<b>Destination - of Goods, Services, and Construction:</b> <b>Destination - des biens, services et construction:</b> CANADA REVENUE AGENCY 6TH FL. 555 MACKENZIE AVE OTTAWA Ontario K1A0L5 Canada	

**Instructions: See Herein**

**Instructions: Voir aux présentes**

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

## TABLE DES MATIÈRES

<b>PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX .....</b>	<b>3</b>
1.1 EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ.....	3
1.2 ÉNONCÉ DES TRAVAUX .....	3
1.3 ENTENTE SUR LES REVENDICATIONS TERRITORIALES GLOBALES.....	3
1.4 COMPTE RENDU .....	3
1.5 ACCORDS COMMERCIAUX .....	3
1.6 CONTENU CANADIEN .....	3
1.7 SERVICE CONNEXION POSTEL.....	3
<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
<b>PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS.....</b>	<b>7</b>
3.1 INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS .....	7
<b>PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION .....</b>	<b>9</b>
4.1 PROCÉDURES D'ÉVALUATION .....	9
4.2 MÉTHODE DE SÉLECTION .....	9
<b>PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES .....</b>	<b>11</b>
5.1 ATTESTATIONS EXIGÉES AVEC LA SOUMISSION .....	11
<b>PARTIE 6 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT .....</b>	<b>12</b>
6.1 EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ.....	12
6.2 ÉNONCÉ DES TRAVAUX .....	12
6.3 CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES.....	14
6.4 DURÉE DU CONTRAT .....	14
6.5 RESPONSABLES.....	14
6.6 DIVULGATION PROACTIVE DE MARCHÉS CONCLUS AVEC D'ANCIENS FONCTIONNAIRES .....	15
6.7 PAIEMENT .....	15
6.8 INSTRUCTIONS RELATIVES À LA FACTURATION.....	16
6.9 ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES .....	16
6.10 LOIS APPLICABLES .....	17
6.11 ORDRE DE PRIORITÉ DES DOCUMENTS .....	17
ÉNONCÉ DES TRAVAUX .....	18
APPENDICE A – EXIGENCES WEB POUR LE CONTENU CRÉATIF PLACÉ DANS LES RÉSEAUX NUMÉRIQUES DU GOUVERNEMENT DU CANADA .....	30
APPENDICE B – EXIGENCES DES VIDÉOS SUR INTERNET POUR LES LIVRABLES .....	32
APPENDICE C – EXIGENCES CONCERNANT LA CONCEPTION GRAPHIQUE DES FICHIERS D'ILLUSTRATION FINAUX.....	35
<b>ANNEXE B .....</b>	<b>37</b>
BASE DE PAIEMENT .....	37
<b>ANNEXE C .....</b>	<b>39</b>

Solicitation No. - N° de l'invitation  
**46558-193594/A**  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
**46558-193594**

Amd. No. - N° de la modif.  
  
File No. - N° du dossier  
**cx026.46558193594**

Buyer ID - Id de l'acheteur  
**CX026**  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

---

ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE .....	39
<b>ANNEXE D.....</b>	<b>46</b>
PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI - ATTESTATION.....	46
<b>ANNEXE E .....</b>	<b>48</b>
FORMULAIRE D'AUTORISATION DE TÂCHES .....	48
<b>ANNEXE F DE LA PARTIE 3 DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS .....</b>	<b>50</b>
INSTRUMENTS DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE.....	50

---

## **PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

### **1.1 Exigences relatives à la sécurité**

Il n'y a aucune exigence relative à la sécurité.

### **1.2 Énoncé des travaux**

Les travaux à exécuter sont décrits en détail à l'ANNEXE A des clauses du contrat éventuel.

### **1.3 Entente sur les revendications territoriales globales**

Ce marché n'est pas assujéti aux ententes sur les revendications territoriales globales (ERTG) du Canada.

### **1.4 Compte rendu**

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

### **1.5 Accords commerciaux**

Ce besoin est assujéti aux dispositions de l'Accord de libre-échange canadien (ALEC).

Ce besoin n'est pas 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) et de l'Accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne (AECG).

### **1.6 Contenu canadien**

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

### **1.7 Service Connexion postal**

Cette demande de soumissions permet aux soumissionnaires d'utiliser le service Connexion postal offert par la Société canadienne des postes pour la transmission électronique de leur soumission. Les soumissionnaires doivent consulter la partie 2, Instructions à l'intention des soumissionnaires, et la partie 3, Instructions pour la préparation des soumissions, de la demande de soumissions, pour obtenir de plus amples renseignements.

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

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

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

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

Le document [2003](#) (2018-05-22) Instructions uniformisées - biens ou services - besoins concurrentiels, est incorporé par renvoi dans la demande de soumissions et en fait partie intégrante.

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

L'Agence Canadienne du Revenu 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](#) :

- Lorsque le marché conclu avec l'État ou les produits à livrer aux termes de celui-ci visent surtout à obtenir des connaissances et des renseignements qui seront diffusés au public.
- Lorsque la propriété intellectuelle originale s'applique à du matériel protégé par droit d'auteur, sauf dans le cas de logiciels et de la documentation connexe.

### **2.2 Présentation des soumissions**

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

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

### **2.3 Ancien fonctionnaire**

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

#### **Définition**

Aux fins de cette clause,

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

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

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

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

#### Ancien fonctionnaire touchant une pension

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

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

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

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

#### Directive sur le réaménagement des effectifs

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

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

- a. le nom de l'ancien fonctionnaire;
- b. les conditions de l'incitatif versé sous forme de paiement forfaitaire;
- c. la date de la cessation d'emploi;
- d. le montant du paiement forfaitaire;
- e. le taux de rémunération qui a servi au calcul du paiement forfaitaire;
- f. la période correspondant au paiement forfaitaire, incluant la date du début, d'achèvement et le nombre de semaines;

- g. nombre et montant (honoraires professionnels) des autres contrats assujettis aux conditions d'un programme de réaménagement des effectifs.

Pour tous les contrats attribués pendant la période du paiement forfaitaire, le montant total des honoraires qui peut être 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 moins **cinq (5) jours civils** avant la date de clôture des soumissions. Pour ce qui est des demandes de renseignements reçues après ce délai, il est possible qu'on ne puisse pas y répondre.

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

## **2.5 Lois applicables**

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

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

## **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 des Instructions uniformisées 2003 incorporées par référence. Les soumissionnaires doivent soumettre leur soumission dans une transmission unique. Le service Connexion postal a la capacité de transmettre plusieurs documents par transmission jusqu'à un maximum de 1 Go par document.

Le Canada demande que les documents soient identifiés, groupés et présentés en sections distinctes comme suit :

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

- Si le soumissionnaire choisit de transmettre sa soumission sur papier, le Canada demande que la soumission soit présentée en sections distinctes, comme suit :

Section I : Soumission technique (1 exemplaires papier) et 1 copie électronique sur CD, DVD ou clé USB).

Section II : Soumission financière (1 exemplaires papier) et 1 copie électronique sur CD, DVD ou clé USB).

Section III : Attestations (1 exemplaires papier) et 1 copie électronique sur CD, DVD ou clé USB).

Le même CD, DVD ou clé USB peut être utilisé pour les 3 sections.

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

- Si le soumissionnaire fournit simultanément plusieurs copies de sa soumission à l'aide de méthodes de livraison acceptable, et en cas d'incompatibilité entre le libellé de la copie électronique transmise par le service Connexion postal et celui de la copie papier, le libellé de la copie électronique transmise par le service Connexion postal aura préséance sur le libellé des autres copies.

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

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

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions de présentation décrites ci-dessous pour préparer leur soumission en format papier

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

En avril 2006, le Canada a adopté une politique exigeant que les ministères et organismes fédéraux prennent les mesures nécessaires pour tenir compte des facteurs environnementaux dans le processus d'approvisionnement : la [Politique d'achats écologiques](https://www.tbs-) (<https://www.tbs->



---

sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=32573). Pour aider le Canada à atteindre ses objectifs, les soumissionnaires devraient :

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

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

Dans leur soumission technique, les soumissionnaires devraient expliquer et démontrer comment ils entendent répondre aux exigences et comment ils réaliseront les travaux.

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

Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière en conformité avec la base de paiement.

##### **3.1.1 Paiement électronique de factures – soumission**

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

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

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

#### **Section III : Attestations**

Les soumissionnaires doivent présenter les attestations et renseignements supplémentaires exigés à la Partie 5.

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

### **4.1 Procédures d'évaluation**

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

#### **4.1.1 Évaluation technique**

##### **4.1.1.1 Critères techniques obligatoires**

Les Critères techniques obligatoires sont décrits à l'ANNEXE C.

##### **4.1.1.2 Critères techniques cotés**

Les Critères techniques cotés sont décrits à l'ANNEXE C.

#### **4.1.2 Évaluation financière**

Clause du *Guide des CCUA* [A0220T](#) (2014-06-26) Évaluation du prix

Le prix de la soumission sera évalué en dollars canadiens, excluant les taxes applicables, FAB destination, incluant les droits de douane et les taxes d'accise canadiens.

Pour les **fin**s de l'évaluation seulement, le prix total sera établi à l'aide de l'ANNEXE B, base de paiement.

### **4.2 Méthode de sélection**

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; et
  - c. obtenir le nombre minimal de 54 points exigés pour l'ensemble des critères d'évaluation techniques cotés. L'échelle de cotation compte 90 points.
2. Les soumissions qui ne répondent pas aux exigences a. ou b. ou c. seront déclarées non recevables.
3. La sélection sera faite en fonction du meilleur résultat global sur le plan du mérite technique et du prix. Une proportion de 70 % sera accordée au mérite technique et une proportion de 30 % sera accordée au prix.
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 tarif horaire moyen évalué le plus bas et selon le ratio de 30%. Chaque tarif fournis à l'ANNEX B sera pondéré afin de refléter le tarif moyen d'un projet. La pondération/ pourcentages sont reflétés dans le tableau ci-dessous. Chacun des tarifs pondérés seront additionné pour former le tarif horaire moyen (f). Le tarif horaire moyen sera utilisé comme le prix pour le calcul de la Note combinée la plus haute sur le plan du mérite technique et du prix.

Catégorie de service	Ressource(s)	Tarif horaire Contrat initiale (Adjudication jusqu'au 31 mars, 2020)	Tarif horaire Période d'option 1 (1 avril, 2020 au 31 mars, 2021)
Gestion du compte et coordination	A être identifié pour chaque AT	\$ X 20% = (a)	\$ X 20% (a)
Planification stratégiques et développement	A être identifié pour chaque AT	\$ X 35% = (b)	\$ X 35% (b)
Stratégie créative et direction	A être identifié pour chaque AT	\$ X 25% = (c)	\$ X 25% (c)
Tarif horaire composé	A être identifié pour chaque AT	\$ X 20% = (d)	\$ X 20% (d)
Tarif horaire moyen	(a) + (b) + (c) + (d) = (f)	\$ (f)	\$ (f)

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 qui obtiendra la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du 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 90, et le tarif horaire moyen évalué le plus bas est de 105\$.

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
Mérite technique global		77/90	60/90	63/90
Tarif horaire moyen		\$130	\$115	\$105
Calculs	Mérite technique	77/90 x 70 = 59.88	60/90 x 70 = 46.66	63/90 x 70 = 49.00
	Prix	105/130 x 30 = 24.23	105/115 x 30 = 27.39	105/105 x 30 = 30.00
Note combinée		84.11	74.05	79.00
Note globale		1 <sup>st</sup>	3 <sup>rd</sup>	2 <sup>nd</sup>

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

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

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

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

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

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

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

Conformément 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.

#### **5.1.2 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.

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

##### **5.1.3.1 Attestation du contenu canadien**

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

##### **5.1.2.1.1 Clause du Guide des CCUA**

[A3050T](#) (2014-11-27), Définition du contenu canadien.

---

## **PARTIE 6 – 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.

### **6.1 Exigences relatives à la sécurité**

**6.1.1** Le contrat ne comporte aucune exigence relative à la sécurité.

### **6.2 Énoncé des travaux**

L'entrepreneur doit exécuter les travaux conformément à l'énoncé des travaux qui se trouve à l'ANNEXE A.

#### **6.2.1 Autorisation de tâches**

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

##### **6.2.1.1 Processus d'autorisation de tâches**

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

##### **6.2.1.2 Limite d'autorisation de tâches**

L'autorité contractante peut autoriser les autorisations de tâches individuelles jusqu'à une limite de 70,000.00\$, les taxes applicables incluses, y compris toutes révisions.

Une autorisation de tâches qui dépasserait cette limite doit être autorisée par l'autorité contractante avant d'être émise.

##### **6.2.1.3 Garantie des travaux minimums – tous les travaux réalisés au moyen d'autorisations de tâches**

1. Dans cette clause, « valeur maximale du contrat » signifie le montant indiqué à la clause « Limite des dépenses » énoncée dans le contrat;
2. « valeur minimale du contrat » signifie 10%.
3. L'obligation du Canada en vertu du contrat consiste à demander des travaux jusqu'à concurrence de la valeur minimale du contrat ou, au choix du Canada, de payer l'entrepreneur

à la fin du contrat conformément au paragraphe 3. En contrepartie de cette obligation, l'entrepreneur convient de se tenir prêt, pendant toute la durée du contrat, à exécuter les travaux décrits dans le contrat. La responsabilité maximale du Canada à l'égard des travaux exécutés dans le cadre du contrat ne doit pas dépasser la valeur maximale du contrat, à moins d'une augmentation autorisée par écrit par l'autorité contractante.

4. Si le Canada ne demande pas de travaux pour un montant correspondant à la valeur minimale du contrat pendant la période du contrat, le Canada paiera à l'entrepreneur la différence entre la valeur minimale du contrat et le coût total des travaux demandés.
5. Si le Canada résilie le contrat en totalité ou en partie pour inexécution, le Canada n'assumera aucune obligation envers l'entrepreneur en vertu de cette clause.

#### **6.2.1.4 Rapports d'utilisation périodiques – contrats avec autorisations de tâches**

L'entrepreneur doit compiler et tenir à jour des données sur les services fournis au gouvernement fédéral, conformément à l'autorisation de tâches approuvée émise dans le cadre du contrat.

L'entrepreneur doit fournir ces données conformément aux exigences d'établissement de rapports précisées ci-dessous. Si certaines données ne sont pas disponibles, la raison doit en être indiquée. Si aucun service n'a été fourni pendant une période donnée, l'entrepreneur doit soumettre un rapport portant la mention « néant ».

Les données doivent être présentées tous les trimestres à l'autorité contractante.

Voici la répartition des trimestres :

premier trimestre : du 1er avril au 30 juin;  
deuxième trimestre : du 1er juillet au 30 septembre;  
troisième trimestre : du 1er octobre au 31 décembre;  
quatrième trimestre : du 1er janvier au 31 mars.

Les données doivent être présentées à l'autorité contractante dans les dix (10) jours civils suivant la fin de la période de référence.

#### **Exigence en matière de rapport – Explications**

Il faut tenir à jour un dossier détaillé de toutes les tâches approuvées pour chaque contrat avec une autorisation de tâches (AT). Le dossier doit comprendre:

##### **Pour chaque AT autorisée:**

- i. le numéro de la tâche autorisée ou le numéro de révision de la tâche;
- ii. le titre ou une courte description de chaque tâche autorisée;
- iii. le coût estimatif total précisé dans l'AT autorisée de chaque tâche, excluant les taxes applicables;
- iv. le montant total, excluant les taxes applicables, dépensé jusqu'à maintenant pour chaque AT autorisée;
- v. dates de début et de fin de chaque AT autorisée;
- vi. l'état actuel de chaque AT autorisée, (s'il y a lieu).

##### **Pour toutes les AT autorisées:**

- i. Le montant (excluant les taxes applicables) précisé dans le contrat (selon la dernière modification, s'il y a lieu) de la responsabilité totale du Canada envers l'entrepreneur pour toutes les AT autorisées;
- ii. le montant total, excluant les taxes applicables, dépensé jusqu'à présent pour toutes les AT autorisées.

### 6.3 Clauses et conditions uniformisées

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

#### 6.3.1 Conditions générales

[2010C](#) (2018-06-21), Conditions générales - services (complexité moyenne) s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

#### 6.3.2 Conditions générales supplémentaires

[4007 \(2010-08-16\)](#) s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

### 6.4 Durée du contrat

#### 6.4.1 Période du contrat

La période du contrat est à partir de la date du contrat jusqu'au 31 mars, 2020 inclusivement.

#### 6.4.2 Date de livraison

Tous les biens livrables doivent être reçus au plus tard le 31 mars 2020.

#### 6.4.3 Option de prolongation du contrat

L'entrepreneur accorde au Canada l'option irrévocable de prolonger la durée du contrat pour au plus une période supplémentaire de une (1) année, selon les mêmes conditions. L'entrepreneur accepte que pendant la période prolongée du contrat, il sera payé conformément aux dispositions applicables prévues à la Base de paiement.

Le Canada peut exercer cette option à n'importe quel moment, en envoyant un avis écrit à l'entrepreneur au moins soixante (60) 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.

#### 6.4.4 Points de livraison

La livraison du besoin sera effectuée aux points de livraison identifiés à l'AT.

### 6.5 Responsables

#### 6.5.1 Autorité contractante

L'autorité contractante pour le contrat est :

Nom : Jasmin Michaud, ou autorité délégué  
Titre : Spécialiste en approvisionnement  
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada  
Direction générale des approvisionnements  
Direction : Direction des approvisionnements des services de communications  
Adresse : 360 rue Albert,

Ottawa, Ontario K1A 0S5

Téléphone : 613 990-4033

Courriel : [TPSGC.padgamiace-appbmpace.PWGSC@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:TPSGC.padgamiace-appbmpace.PWGSC@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

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

### 6.5.2 Chargé de projet

*Le nom du chargé de projet sera soumis lors de l'octroi du contrat.*

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 les changements à apporter à l'énoncé des travaux. De tels changements peuvent être effectués uniquement au moyen d'une modification de contrat émise par l'autorité contractante.

### 6.5.3 Représentant de l'entrepreneur

Le représentant de l'entrepreneur est :

*Le nom du représentant de l'entrepreneur sera soumis lors de l'octroi du contrat.*

## 6.6 Divulcation proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires

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

## 6.7 Paiement

### 6.7.1 Base de paiement

L'entrepreneur sera payé pour les travaux décrits dans l'autorisation de tâches (AT) autorisée, conformément à la base de paiement **à l'annexe B**.

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

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



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

1. La responsabilité totale du Canada envers l'entrepreneur dans le cadre du contrat pour toutes les autorisations de tâches autorisées, y compris toutes révisions, ne doit pas dépasser la somme de 750,000\$. Les droits de douane sont exclus et les taxes applicables sont en sus.
2. Aucune augmentation de la responsabilité totale du Canada ne sera autorisée ou payée à l'entrepreneur, à moins qu'une augmentation ait été approuvée, par écrit, par l'autorité contractante.
3. L'entrepreneur doit informer, par écrit, l'autorité contractante concernant la suffisance de cette somme :
  - a. lorsque 75 p. 100 de la somme est engagée, ou
  - b. quatre (4) mois avant la date d'expiration du contrat, ou
  - c. dès que l'entrepreneur juge que la somme est insuffisante pour l'achèvement des travaux requis dans le cadre des autorisations de tâches, y compris toutes révisions, selon la première de ces conditions à se présenter.
4. Lorsqu'il informe l'autorité contractante que les fonds du contrat sont insuffisants, l'entrepreneur doit lui fournir par écrit une estimation des fonds additionnels requis. La présentation de cette information par l'entrepreneur n'augmente pas la responsabilité du Canada à son égard.

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

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

*Le paiement électronique de factures sera identifié à l'octroi du contrat.*

#### **6.8 Instructions relatives à la facturation**

1. L'entrepreneur doit soumettre ses factures conformément à l'article intitulé « Présentation des factures » des conditions générales. Les factures ne doivent pas être soumises avant que tous les travaux identifiés sur la facture soient complétés.  
  
Chaque facture doit être appuyée par:
  - a. 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, 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 :
  - a. L'original et un (1) exemplaire doivent être envoyés à l'adresse qui apparaît à la page 1 du contrat pour attestation et paiement.
  - b. Un (1) exemplaire électronique doit être envoyé à l'autorité contractante identifiée sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.

#### **6.9 Attestations et renseignements supplémentaires**

##### **6.9.1 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.

## 6.9.2 Clauses du *Guide des CCUA*

### Attestation du contenu canadien (2008-05-12) A3060C

1. L'entrepreneur déclare que l'attestation relative au contenu canadien qui a été fournie par l'entrepreneur est exacte et complète et que les produits, les services ou les deux devant être fournis conformément au contrat sont conformes à la définition contenue dans la clause A3050T.
2. L'entrepreneur doit conserver des dossiers et documents appropriés sur l'origine des produits, services ou les deux fournis au Canada. Sauf avec autorisation préalable écrite de l'autorité contractante, l'entrepreneur ne peut disposer des dossiers ou des documents pour une période de six (6) années commençant à la dernière des dates suivantes : la date du paiement final en vertu du contrat, ou la date du règlement de toute plainte ou de tout litige en vertu du contrat. Au cours de cette période de rétention, tous les dossiers et documents devront être en tout temps accessibles pour des vérifications, inspections et examens par les représentants du Canada, qui pourront en tirer des copies ou des extraits. L'entrepreneur doit fournir toutes les installations nécessaires à ces vérifications, inspections et examens ainsi que tous les renseignements sur les dossiers et documents exigés par les représentants du Canada de temps à autre.
3. Cette clause ne peut être interprétée de façon à limiter les droits et les recours que le Canada peut par ailleurs avoir en vertu du contrat.

## 6.10 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.

## 6.11 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 ladite liste.

- a) les articles de la convention;
- b) les conditions générales supplémentaires 4007 (2010-08-16);
- c) les conditions générales 2010C (2018-06-21) - Conditions générales - services (complexité moyenne) s'appliquent au contrat et en font partie intégrante;
- d) Annexe A, Énoncé des travaux;
- e) Annexe B, Base de paiement;
- f) L'autorisation de tâche signée (incluant tous les annexes, si il y a lieu);
- g) la soumission de l'entrepreneur en date du \_\_\_\_\_ (*inscrire la date de la soumission*) (*si la soumission a été clarifiée ou modifiée, insérer au moment de l'attribution du contrat : « clarifiée le \_\_\_\_\_ » ou « , modifiée le \_\_\_\_\_ » et inscrire la ou les dates des clarifications ou modifications*).

---

## **ANNEXE A**

### **ÉNONCÉ DES TRAVAUX**

#### **1. INTRODUCTION**

L'Agence du revenu du Canada requiert les services d'un entrepreneur, sur demande, pour élaborer et mettre en œuvre des tactiques immédiates et à long terme, notamment des stratégies de marketing, de partenariats, de marketing au moyen d'influenceurs et de services créatifs. Les activités de marketing de l'Agence permettront d'arrimer les initiatives à l'échelle nationale, selon les besoins, afin de soutenir les programmes fiscaux, les prestations et l'observation des lois fiscales.

#### **2. CONTEXTE**

L'Agence est responsable de l'application de programmes fiscaux et de programmes de versement de prestations socioéconomiques, ainsi que d'assurer l'observation des lois fiscales. Ce faisant, l'Agence cible divers publics, notamment les déclarants fiscaux individuels (y compris les groupes ethniques, les autochtones et les nouveaux arrivant au Canada), les bénéficiaires de prestations, les entreprises, les intermédiaires, les organismes de bienfaisance et les intervenants.

Depuis le début des années 2000, l'Agence a entrepris des campagnes de marketing à l'échelle nationale, notamment de la publicité visant à appuyer les priorités du gouvernement en matière de mesures d'allègement fiscal pour les particuliers et les entreprises. En outre, l'Agence a entrepris des campagnes liées à l'introduction des nouveaux services en ligne de l'Agence et à l'encouragement de leur utilisation, à la sensibilisation des donateurs à l'égard des organismes de bienfaisance et à l'économie clandestine. Pour appuyer la sensibilisation et l'adoption des programmes et services fiscaux de l'Agence, l'entrepreneur fournira les services de marketing suivants :

- Plans et stratégie de marketing
- Services créatifs
- Partenariats
- Marketing axé sur les événements
- Marketing au moyen d'influenceurs
- Relations publiques

#### **3. MODALITÉS DU CONTRAT**

Les services de l'entrepreneur seront requis à compter de l'adjudication du contrat jusqu'au 31 mars 2020, avec une (1) période d'option possible d'une (1) année jusqu'au 31 mars 2021. On s'attend à ce que la valeur de la première partie du contrat ne dépasse pas 750 000,00 \$ (taxes en sus). L'année d'option est actuellement évaluée à un maximum de 600 000,00 \$ (taxes en sus). L'entrepreneur sera autorisé à effectuer des tâches particulières et à présenter les éléments livrables appropriés selon les autorisations de travail convenues dans le cadre du contrat subséquent.

#### **4. OBJECTIFS**

Les objectifs de marketing des activités et initiatives de l'Agence comprennent ce qui suit :

- Fournir des renseignements afin d'aider les publics cibles à connaître et à comprendre leurs obligations fiscales.
- Promouvoir et accroître la sensibilisation sur les crédits et les prestations auxquels les Canadiens peuvent avoir droit afin de recevoir l'allègement fiscal maximal disponible.
- Promouvoir et accroître la sensibilisation à l'égard des outils et des services en ligne de l'Agence (et leurs améliorations) afin que les Canadiens puissent plus facilement communiquer avec l'Agence afin de respecter leurs obligations fiscales ou obtenir les prestations et les services auxquels ils pourraient avoir droit.
- Promouvoir et accroître la sensibilisation à propos des renseignements de l'Agence qui sont pertinents pour certains groupes cibles (c.-à-d. les renseignements sur les organismes de bienfaisance pour les donateurs, les renseignements pour les nouvelles entreprises sur la façon de démarrer une entreprise, les renseignements pour les nouveaux Canadiens ou les nouveaux déclarants sur la façon de produire leur déclaration de revenus, etc.)
- Promouvoir et accroître la sensibilisation au sujet des avantages à se conformer au régime fiscal du Canada et susciter l'intérêt relativement aux risques et inconvénients de la participation à diverses formes de fraude fiscale.

D'autres objectifs seront déterminés par le responsable du projet (RP) en fonction de l'activité de marketing et des publics cibles.

L'entrepreneur offrira des services en vue d'atteindre ces objectifs au fur et à mesure que se présentent les besoins. L'entrepreneur sera autorisé à effectuer des tâches particulières et à présenter les éléments livrables appropriés selon les autorisations de travail convenues dans le cadre du contrat subséquent.

#### **Résultats escomptés**

D'après ces objectifs globaux, les activités de marketing :

- accroîtront la sensibilisation à propos du sujet donné;
- attireront les Canadiens vers les pages Web pertinentes où ils peuvent obtenir plus de renseignements sur le sujet donné;
- augmenteront le nombre d'inscriptions pour les services commandités, le cas échéant (p. ex., Mon dossier pour les particuliers, Mon dossier d'entreprise pour les entreprises);
- contribueront à une augmentation de l'adoption des divers programmes d'observation fiscale, le cas échéant.

#### **5. PUBLIC(S) CIBLE(S)**

Compte tenu de l'étendue des messages de service que les activités de marketing couvriront, les publics primaires et secondaires seront déterminés en fonction des exigences particulières de chaque activité de marketing. Les publics cibles possibles sont les suivants :

- Populations vulnérables (p. ex., les nouveaux arrivants au Canada, les Canadiens à faible revenu, les autochtones, etc.)
- Bénéficiaires de prestations
- Entreprises
- Contribuables canadiens
- Représentants d'entreprises (p. ex., préparateurs de déclarations de revenus, intermédiaires fiscaux)
- Fiscalistes
- Organismes de bienfaisance
- Influenceurs
- Intervenants

## **6. SERVICES REQUIS**

Pour appuyer les objectifs d'activités de marketing, le RP a besoin que l'entrepreneur fournisse, dans le cadre du processus d'autorisation des tâches, des services de gestion et de coordination des comptes, des services de planification stratégique et de développement (stratégie de marketing globale, sans aucun média rémunéré), ainsi que des services de création et de production. Ces services seront requis sur demande, en fonction de l'initiative de l'Agence, comme il est souligné plus loin.

### **6.1. Services de gestion et de coordination des comptes**

Pour appuyer les objectifs des activités de marketing, le RP a besoin que l'entrepreneur fournisse les services de gestion de compte et de coordination suivants :

- S'assurer que toutes les procédures ont été suivies et que le contrat, et les modifications connexes, soient reçus du RP avant le début des travaux.
- Assister aux séances d'information et aux réunions des clients; fournir des rapports d'étape détaillant les budgets et les échéanciers; produire des estimations pour approbation; informer des écarts budgétaires; et faciliter le processus de production.
- S'assurer que tous les éléments créatifs ont l'approbation signée par le RP avant la production.
- Fournir des rapports sur les coûts, notamment une ventilation par personnel, ressources, déplacements et taux.
- Fournir tous les éléments demandés comme indiqué dans le présent Énoncé des travaux (ÉT).

L'entrepreneur peut avoir à travailler dans des délais très serrés, car les demandes peuvent être en urgence. On s'attend à ce que le travail soit fait dans des délais serrés tout en maintenant la qualité du travail.

### **6.2. Services de planification et de développement stratégiques**

L'entrepreneur doit fournir une stratégie de marketing, des conseils et de la recherche pour atteindre les objectifs suivants :

- Élaborer des stratégies de marketing ou adapter, mettre à jour et/ou miser sur des stratégies de marketing existantes (au besoin) pour atteindre les objectifs, y compris les éléments suivants :

- Contexte
- Résumé des points de vue qui soutiennent les recommandations stratégiques
- Description de l'idée créatrice, des messages centraux, et une justification de la raison pour laquelle l'idée trouvera un écho chez le public cible
- Objectifs mesurables et justification de la façon dont les objectifs seront atteints
- Analyse de situation ou analyse de conjoncture
- Analyse des forces, des faiblesses, des possibilités et des menaces
- Publics cibles
- Messages clés
- Stratégie de partenariat et plan de distribution, le cas échéant
- Stratégie au moyen d'influenceurs, le cas échéant
- Stratégie Web, le cas échéant (voir l'annexe A pour les exigences Web)
- Stratégie créative et compositions créatives
- Ventilation du budget
- Échéanciers
- Produits livrables
- Mesures à prendre et prochaines étapes
- Processus d'évaluation
- Fournir des stratégies créatives et offrir des conseils et des avis stratégiques fondés sur des données probantes (lorsqu'elles sont disponibles).
- Fournir des recherches secondaires et des analyses de données (si nécessaire) et examiner les résultats des campagnes antérieures (p. ex., les rapports Google Analytics, les résultats de sondages, etc.) et la recherche fournie par l'Agence pour fonder l'orientation stratégique globale.

### **6.3. Service de création et de production**

- L'entrepreneur supervisera, fournira des directives, assurera le contrôle de la qualité et produira (et/ou adaptera) tous les éléments créatifs, les concepts, l'élaboration et la production de tous les documents de marketing, de publicité, de partenariat.  
L'entrepreneur doit pouvoir fournir ce qui suit :
  - Production pour les médias imprimés
  - Publicité telle que brochures, prospectus, affiches
  - Signalisation et bannières
- Production électronique
  - Conception et graphiques Web, fonctionnalités interactives, bannières et boutons
  - Images de médias sociaux
  - Infographie
  - Vidéo en ligne
  - Autres images numériques, le cas échéant
- Divers, au besoin

- Illustrations et images
- Graphiques animés
- Animation, y compris l'élaboration en HTML5
- Photographie personnalisée

Tout en fournissant les services ci-dessus, l'entrepreneur doit être en mesure d'accomplir les tâches suivantes :

- Rédiger et éditer les textes, y compris faire des copies, pour toutes les ébauches jusqu'aux documents finaux.
- Fournir des services d'édition et de relecture de copies.
- Élaborer des concepts créatifs sous forme de maquettes, de scérimages, de traitements ou de scénarios.
- Produire des graphiques, des photos et concevoir des maquettes, et ce, jusqu'à la prépresse, de tous les documents imprimés.
- Scénariser, tourner et la réaliser la postproduction jusqu'à l'édition finale pour diffusion.
- Concevoir, programmer et faire la mise à l'essai jusqu'à la version finale des nouveaux médias et du matériel Internet.
- Traduire et adapter aux langues non officielles et faire les adaptations régionales des composantes d'activités de marketing à l'échelle nationale. Cette tâche dépendra du public cible pour chaque initiative de l'Agence.
- Fournir le matériel créatif dans les deux langues officielles.
- L'Agence traduit le contenu dans une troisième langue au cas par cas, selon les besoins. D'autres langues peuvent être exigées selon le public cible (p. ex., les populations autochtones, les nouveaux arrivants au Canada).
- Réviser et la finaliser le concept créatif selon les recommandations du RP, ainsi que les modifications qui peuvent survenir tout au long du processus d'approbation.
- Acquérir tous les droits d'auteur (pour les images et les illustrations) et négocier les cachets de talent d'après les syndicats canadiens appropriés (p. ex., l'Alliance des artistes canadiens du cinéma, de la télévision et de la radio (ACTRA), l'Union des artistes (UDA), le cas échéant.
- Livrer au RP un CD, un DVD ou un transfert électronique de la copie maîtresse de l'œuvre ou du matériel final « prêt-à-utiliser » (y compris tous les fichiers de travail, c.-à-d. les fichiers combinés ou natifs, les fichiers texte, les graphiques, les images, etc.).
- Gérer et assurer le contrôle de la qualité du travail des sous-traitants.

Tous les « services studio », notamment la récupération de fichiers, la gravure de CD, les téléchargements vers l'extranet, le montage et les maquettes à l'appui de l'élaboration du matériel publicitaire, doivent être inclus dans la catégorie « Services de production », sous les domaines de services mentionnés ci-dessus.

En outre, veuillez noter ce qui suit :

La propriété du produit – la propriété intellectuelle pour tous les matériaux produits initialement produits dans le cadre du présent projet incombera à sa Majesté du Canada.

Droits – la mise à disposition des droits nécessaires, et la preuve documentée de celle-ci (versions), de tout le matériel contenu dans les productions et fourni par l'entrepreneur, y compris la propriété intellectuelle et les autorisations d'enregistrement, pour les enregistrements et/ou la musique originale, les images d'archive, les talents, les effets, etc., pour les usages suivants :

- i. Distribution : messages d'intérêt public, télévision non commerciale (y compris la télévision électronique, les chaînes spécialisées, la distribution de télévision par câble, la télévision payante), la distribution non commerciale (y compris la vidéo domestique), le droit de distribution, y compris les expositions, par vente, prêt et remise gratuite de copies dans n'importe quel format de tout médium existant ou médium à inventer.
- ii. Territoire : mondial
- iii. Durée : à perpétuité

#### **6.4 Sociétés de personnes**

Des partenariats pourront être engagés pour accroître la visibilité et le succès global des activités de marketing de l'Agence. L'entrepreneur est responsable des tâches suivantes :

- Élaborer des stratégies de marketing, y compris les types potentiels de partenariats; d'objectifs et d'éléments clés.
- Faire la recherche et la détermination d'occasions de partenariat potentielles.
- Proposer des critères qui serviront à étudier en détail les partenaires potentiels.
- Distribuer les demandes d'intérêt pour créer un bassin de partenaires potentiels.
- Élaborer le matériel pour soutenir le partenariat.
- Assurer le suivi des activités de partenariat et la reddition de compte au RP au sujet du rendement et des résultats.

#### **6.5 Marketing axé sur les événements**

Élaborer, exécuter et gérer des activités de marketing et/ou des événements dans certains lieux stratégiques (c.-à-d. institutions financières, points de vente au détail, campus d'écoles secondaires, de collèges et d'universités, etc.)

#### **6.6 Marketing au moyen d'influenceurs**

- Effectuer des recherches, élaborer et mettre en œuvre une stratégie de marketing au moyen d'influenceurs.
- Identifier et fournir des recommandations pour communiquer avec les influenceurs pertinents (p. ex., les « célébrités » des médias sociaux) afin de diffuser des renseignements fiscaux dans le but d'aider les auditoires cibles à acquérir la connaissance et la compréhension de leurs obligations fiscales.

#### **6.7 Relations publiques**

- Élaborer des stratégies de relations publiques.



- Diriger la mise en œuvre de la stratégie. Cela peut comprendre l'élaboration de documents de communication et de sensibilisation pertinents pour différents publics, la gestion d'événements médiatiques et de relations publiques, le développement de contenu Web.
- Impliquer les parties concernées (organisations, intervenants, médias, etc.) au nom de l'Agence.

## **6.8 Services de soutien administratif**

L'entrepreneur est tenu de fournir des services d'appui administratif, notamment :

- Fournir des estimations à la demande du RP et selon chaque autorisation de tâche.
- S'assurer que tous les livrables soient livrés à l'État (dans les 30 jours suivant l'expiration du contrat ou dans les délais fixés par le RP dans une autorisation de tâche) et en formats finaux opérationnels.

Ces services font partie des services globaux que doit fournir l'entrepreneur et, à ce titre, le RP ne sera pas facturé séparément pour la production ou la fourniture de ces services. Étant donné que ces coûts sont considérés comme des frais généraux, l'entrepreneur doit les intégrer aux taux horaires dans la base de paiement lors de la production de son offre.

## **7. CHARGÉ DE PROJET DE L'AGENCE**

Le RP est un conseiller public de la Division du marketing, des médias sociaux et des services créatifs (MMSSC) de l'Agence.

Le RP sera à la disposition de l'entrepreneur pendant les heures normales de travail et il sera responsable de ce qui suit :

- Coordonner les travaux pour chaque projet.
- Fournir des renseignements généraux pour le contenu du processus d'exécution.
- Fournir l'orientation et les directives nécessaires à l'entrepreneur.
- Définir et affiner le message, le développement et la conception des matériaux à appliquer aux activités de marketing.
- Évaluer et examiner le matériel de communication et les travaux avec l'entrepreneur afin de réviser et d'améliorer le matériel selon les processus et les calendriers convenus.
- Suivre les progrès, donner une orientation et fournir une rétroaction en temps opportun.
- Obtenir et fournir toutes les approbations écrites de la direction de l'Agence, de clients internes, de la haute direction, d'autres ministères et organismes gouvernementaux ou des organismes et intervenants pertinents.
- Accepter et approuver les livrables de l'entrepreneur pour le compte de l'Agence.
- Recevoir tout le matériel livrable final.
- Vérifier que l'argent a bien été utilisé.
- Fournir l'accès aux documents pertinents (si nécessaire) :
  - Les résultats de recherche tels que la recherche sur l'opinion publique ou les évaluations des campagnes et/ou d'activités de marketing pertinentes.
  - Les produits créatifs, Web et imprimés existants, selon le cas.

- Contenu actuel, dans les deux langues officielles
- D'autres documents généraux jugés pertinents par la facturation de suivi du PA.

## 8. CONTRAINTES

L'entrepreneur doit être informé des contraintes suivantes, qui auront une incidence sur la manière dont les travaux doivent être exécutés :

### 8.1 Politiques, lois et normes

Afin d'assurer l'intégrité et l'efficacité de la publicité du gouvernement du Canada, l'entrepreneur doit fournir des services et produire du matériel conforme aux politiques administratives du gouvernement du Canada publiées par le Conseil du Trésor, y compris, mais de manière non exclusive, ce qui suit :

- La Politique sur les communications et l'image de marque a pour but d'assurer la gestion efficace et la bonne coordination des communications à l'échelle du gouvernement et de faire en sorte que celles-ci répondent aux divers besoins d'information du public, ainsi que d'assurer que la conception et la représentation commerciales respectent ces exigences;  
<https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>;

La Politique sur les marchés qui vise à assurer la qualité et la valeur du travail imparti : <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=14494>;

La Loi sur les langues officielles (articles 11, 30 et 41) qui vise à assurer la conformité de toutes les activités de marketing. De plus, les établissements doivent respecter l'engagement du gouvernement du Canada formulé dans la partie VII de la Loi en vue d'améliorer la vitalité des collectivités de langue officielle minoritaire — <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/>;

- La *Loi sur la protection des renseignements personnels* qui vise à assurer l'intégration et le respect des bonnes pratiques en matière de renseignements personnels dans le traitement de ces renseignements — <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/P-21/>;
- La Norme sur l'accessibilité des sites Web qui vise à assurer la conformité aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2,0 (<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fr/>) : <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=23601>.

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

L'entrepreneur doit tenir des dossiers financiers à l'appui des responsabilités de l'Agence en application de la *Loi sur la gestion des finances publiques* et fournir des renseignements à l'appui des responsabilités de l'Agence en vertu de la *Loi sur l'accès à l'information*. De plus, l'entrepreneur s'assurera de la conformité avec la législation pertinente de toutes les provinces et de tous les territoires canadiens où la publicité et le matériel accessoire seront utilisés.

### 8.2 Processus d'approbation de l'ARC

L'Agence appliquera un processus d'approbation concernant les messages, l'ébauche et les versions finales de tous les livrables. L'approbation finale sera communiquée à l'entrepreneur par le RP. Il incombe au RP de demander toutes les approbations requises.

L'entrepreneur travaillera avec le RP afin d'établir un échéancier pour la livraison et la présentation des travaux, y compris des brefs créatifs, des stratégies, des concepts créatifs et la production d'actifs numériques. L'entrepreneur doit soumettre au RP toutes les stratégies et les concepts créatifs proposés pour approbation écrite.

L'entrepreneur devra prévoir un délai de deux semaines pour les approbations du client relativement à chaque jalon ou produit livrable important dans le processus d'élaboration de la campagne.

L'entrepreneur fournira du matériel de présentation et/ou fera des présentations à cette fin.

Il incombe à l'entrepreneur de faciliter et de maintenir une communication régulière avec le RP.

L'entrepreneur doit aviser immédiatement le RP de tout enjeu, problème ou source de préoccupation relativement à tout travail accompli dans le cadre du marché afin de s'assurer que les livrables soient reçus à temps et dans la limite du budget.

### **8.3 Contenu créatif**

L'entrepreneur doit consulter le RP en ce qui concerne la représentation des groupes minoritaires.

L'entrepreneur s'assurera que les créations reflètent la diversité de la population canadienne (c.-à-d. les minorités visibles, les personnes ayant des déficiences physiques et des limitations, etc.). L'entrepreneur doit s'assurer que les approches créatives soient attentives aux différences culturelles.

Plus précisément, les livrables doivent être :

- Crédibles et pertinents
- Efficaces tant en anglais qu'en français

Le matériel créatif doit se conformer à la Politique sur les communications et l'image de marque et comprendre la signature du GC ou de l'institution avec le mot-symbole « Canada ».

L'entrepreneur pourrait également être tenu de tenir compte des logos d'autres partenaires, au fur et à mesure de leur participation à toute activité de marketing. Cela comprend l'utilisation potentielle des logos de gouvernements provinciaux, des logos d'organisations non gouvernementales et/ou des logos d'entreprises du secteur privé, le cas échéant.

Consultez le site Web des Spécifications techniques du Programme de coordination de l'image de marque pour obtenir de plus amples renseignements – [www.tbs-sct.gc.ca/fip-pcim/spec-fra.asp](http://www.tbs-sct.gc.ca/fip-pcim/spec-fra.asp).

### **Affichage Internet :**

Veuillez consulter l'annexe A pour les exigences Web concernant les créations placées sur les réseaux numériques du gouvernement du Canada.

### **Vidéos Web :**

Veuillez consulter l'annexe B pour les exigences des vidéos Web concernant les livrables.

Le développement Internet doit respecter les normes Web du gouvernement du Canada.

D'autres contraintes créatives peuvent survenir tout au long du développement des produits marketing. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces exigences obligatoires, veuillez communiquer avec le RP.

Toutes les normes pertinentes se trouvent à l'adresse suivante : <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/sujets/communications-gouvernementales.html>

#### **8.4 Normes liées aux logiciels**

Certains logiciels, sites Web, FTP et services de transfert de fichiers ne sont pas accessibles à l'Agence. L'entrepreneur est tenu de trouver des solutions appropriées pour que le personnel de l'Agence examine et partage les ébauches de travail et les documents finaux.

Au minimum, et sauf indication contraire, l'entrepreneur doit être compétent avec Adobe Creative Cloud (cela doit comprendre : Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe PremierePro, Adobe After Effects, Adobe Fireworks et Adobe Flash) pour les divers matériaux de commercialisation qu'il doit produire. De plus, l'entrepreneur doit être en mesure de fournir tous les éléments livrables requis dans un format électronique compatible avec la suite de logiciels de l'ARC suivante :

- La version PC des logiciels suivants pour les opérations quotidiennes : la Suite Microsoft 2010, la version 8 (ou supérieure) d'Adobe Reader, Microsoft Outlook, la version 10 (ou supérieure) de Microsoft Media Player, la version 11 d'Internet Explorer.
- La version compatible PC pour les services de conception graphique : Adobe Creative Cloud 2015.
- Tous les fichiers finaux doivent être fournis dans les anciens formats IDML pour être compatibles avec Adobe Creative Cloud 2015.
- Web : Adobe Dreamweaver, client FTP, navigateurs Web, Adobe Photoshop.
- Média – MS Media Player Version 10 (ou supérieure), Flash 8 (ou supérieure), fichiers WMV;
- PDF – Adobe Acrobat Reader v8 (ou supérieure).

De plus, l'entrepreneur doit avoir la capacité de mettre à jour ou de modifier ses logiciels en réponse aux changements apportés par l'ARC à ses logiciels standards tout au long de la durée du contrat.

Veuillez consulter l'annexe C pour les exigences en matière de conception graphique pour les fichiers d'illustrations finaux.

#### **8.5 Approvisionnement écologique**

- Dans la mesure du possible, tous les projets devraient être livrés d'une manière qui respecte l'environnement. Les clients et les fournisseurs seront encouragés à transmettre les demandes de travaux par voie électronique.
- Toute la correspondance et les produits livrables non électroniques devraient, dans la mesure du possible, être certifiés comme provenant d'une forêt faisant l'objet d'une gestion durable ou contenir au moins 30 % de matières recyclées et être traités sans chlore.

- Le fournisseur sera encouragé à fournir, dans la mesure du possible, des épreuves au client, pour examen et approbation, à l'écran ou par courriel, sous forme de CD, de DVD ou de fichier ZIP.

Si des documents papier sont requis (autre qu'à titre d'échantillons créatifs), il faut utiliser par défaut un format d'impression recto verso en noir et blanc, à moins d'indication contraire de la part de l'autorité responsable du projet.

### **8.6 Exigences de déclaration**

L'entrepreneur préparera des rapports sur l'état d'avancement du projet et fournira des détails sur le travail effectué au cours du mois précédent. Des rapports décrivant le budget global et la façon dont le projet est en mesure de le suivre seront requis, notamment :

- Des mises à jour de l'état d'avancement du projet devront être fournies par courriel.
- Des rapports sur les coûts, y compris la ventilation par personnel, ressources, déplacements et taux; l'Agence effectuera le suivi du temps séparément pour les composantes d'activités de marketing distinctes lors de la présentation des rapports sur les coûts.
- L'entrepreneur et le RP élaboreront un processus de documentation des activités et des coûts directs. Plus particulièrement, il doit fournir le niveau d'effort (temps et ressources) qu'il a consacré afin de fournir les services requis par le ministère.
  - Des rapports financiers, y compris des estimations à court terme des travaux à venir, et un aperçu des coûts des travaux antérieurs effectués au cours de la période de deux semaines.
  - Des réunions en personne auront lieu au besoin, avec des comptes rendus de contact fournis par courriel à l'Agence après la conclusion de la réunion.

## **9. PRODUITS LIVRABLES**

Le point de livraison de tous les livrables sera précisé sur chaque autorisation de tâche.

## **10. LIEU DE TRAVAIL**

Tous les travaux relatifs au présent contrat seront réalisés dans les installations de l'entrepreneur au moyen de l'équipement et des logiciels de l'entrepreneur.

## **11. LANGUE DE TRAVAIL**

La correspondance entre le RP et l'entrepreneur sera en anglais. Toutefois, l'ébauche et les livrables finaux doivent être livrés en français et en anglais.

## **12. RÉUNIONS**

L'entrepreneur devra participer à une séance d'information initiale avec le RP par téléphone ou en personne (à être déterminé par le RP), pour lancer le projet et/ou discuter d'un bref créatif, comme indiqué dans l'autorisation de tâche.

Tout au long de l'élaboration des composantes de l'activité de marketing, l'entrepreneur sera invité à participer à des réunions (horaire à être déterminé par le RP), par téléphone ou en personne, avec

divers publics. Plusieurs de ces réunions pourraient comporter l'examen, l'évaluation et la mise au point de matériel publicitaire. En outre, il est possible que ces réunions soient urgentes de temps à autre.

### **13. FRAIS DE VOYAGE**

L'Agence paiera les frais de déplacement raisonnables des représentants de l'entrepreneur conformément à la Directive du Conseil du Trésor sur les voyages (disponible sur le site Web suivant : <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/deplacements-reinstallation/voyages-affaires-gouvernement.html>) au moment du déplacement pour assister en personne à ces réunions et lorsqu'on le lui demande pour des discussions de marketing qui nécessitent une collaboration en personne. Lorsqu'un déplacement est jugé nécessaire, l'entrepreneur doit soumettre une estimation des coûts au chargé de projet avant d'effectuer le déplacement, aux fins d'approbation.

Le paiement des frais de déplacement et de subsistance doit être effectué conformément aux modalités de paiement et à la Directive sur les voyages du Conseil national mixte.

## **Appendice A – Exigences Web pour le contenu créatif placé dans les réseaux numériques du gouvernement du Canada**

Les images doivent respecter la Norme sur l'accessibilité des sites Web qui vise à assurer la conformité aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0 ([www.w3.org/TR/WCAG20](http://www.w3.org/TR/WCAG20)) : [www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?section=text&id=23601](http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?section=text&id=23601). Cela comprend, sans toutefois s'y limiter, ce qui suit :

Les titres d'image (c.-à-d. carrousel et bannières de fonctionnalités) ne sont pas intégrés dans la version JPEG de l'image.

- On ne doit pas utiliser une couleur pour transmettre des renseignements. Par exemple, au lieu d'utiliser une légende de couleurs dans un graphique, on doit utiliser des schémas différents pour indiquer des ensembles de données distincts. Les graphiques de couleurs doivent être complètement décrits dans le texte.
- Il faut fournir un texte alternatif\* ou une description longue\*\* pour chaque image fournie qui n'est pas considérée comme d'utilisation décorative afin de répondre aux exigences en matière d'accessibilité, à l'exception des diapositives sur carrousel et des bannières promotionnelles des articles commandités (puisque elles n'ont pas de texte intégré). Toutefois, si les renseignements transmis dans l'image sont directement fournis dans le texte (p. ex., immédiatement sous un graphique) une description longue n'est pas requise.

\*Un texte alternatif est une courte ligne de texte descriptif qui apparaît lorsqu'une image ne s'affiche pas (soit parce que l'utilisateur a désactivé les images dans son navigateur Web ou qu'il utilise un lecteur d'écran en raison d'une déficience visuelle).

\*\*Une description longue fournit une description détaillée des renseignements présentés dans une image complexe. Cette description est destinée aux visiteurs ayant une déficience visuelle qui utilisent des lecteurs d'écran ou aux utilisateurs qui ont désactivé les images dans leur navigateur Web. Une longue description n'est pas simplement un sommaire ou une description générale de l'image; elle doit fournir exactement les mêmes renseignements qui sont transmis par l'image.

### **Optimisation des images**

Pour les photos, les graphiques et le matériel promotionnel :

- utiliser le format JPEG optimisé (particulièrement pour les photos) ou PNG (pour les images non photographiques, c.-à-d. les icônes);
- éviter les fichiers JPEG excessivement compressés;
- le réglage de qualité doit être 80 % (optimum) et 50 % (minimum);
- retirer toutes les métadonnées des images.

Pour assurer la meilleure qualité d'image et la taille minimale d'image finale, les images doivent être comprimées une fois seulement. Il faut toujours optimiser à partir d'une image originale non comprimée à haute résolution.

---

## Exigences pour des produits précis

### Images pour le carrousel

- Ne pas intégrer de texte aux bannières.
- Le texte du lien doit être fourni pour décrire l'appel à l'action. Un maximum de 95 caractères est permis pour l'accroche avec texte court. Un maximum de 130 caractères pour l'accroche avec texte long.

### Images promotionnelles

- Ne pas intégrer de texte aux images.
- Le texte de l'hyperlien doit contenir un maximum de 45 caractères.
- Le texte de la description doit être court et concis.

## Spécifications pour des produits précis

### ***Carrousel du site Web Canada.ca et des nouvelles***

1170x347 pixels

<http://www.canada.ca/fr/index.html>

### ***Carrousel du site Web Canada.ca/impots***

520x200 pixels

<https://www.canada.ca/fr/services/impots.html>

### ***Articles (nouvelles)***

360x203 pixels

En bas de toutes les pages de sujet

<https://www.canada.ca/fr/services/impots/impot-sur-le-revenu.html>

### ***Activités et initiatives du GC***

748x238 pixels et 355x113 pixels

En bas de chaque page Web Canada.ca

<https://www.canada.ca/fr/services/impots/impot-sur-le-revenu.html>

Veuillez consulter l'annexe C pour les exigences concernant la conception graphique des fichiers d'illustration finaux.



---

## **Appendice B – Exigences des vidéos sur Internet pour les livrables**

L'Agence du revenu du Canada suit les normes du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada sur l'accessibilité Web et la facilité d'emploi des sites Web. Ces normes exigent que les biens prévus pour livraison dans Internet (comme les vidéos sur Internet) respectent le niveau A/AA de conformité des WCAG 2.0.

Le but du présent document est d'aider les entrepreneurs de l'Agence à comprendre quel matériel et quels formats sont requis pour que les vidéos sur le Web puissent être affichées avec réussite sur n'importe quel site Web de l'Agence et les sites populaires de tiers (p. ex., YouTube.).

### **Exigences du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM)**

Chaque vidéo affichée sur les sites Web de l'Agence doit être conforme aux exigences du PCIM. Ce qui suit est nécessaire à la toute fin de la vidéo.

- **Identificateur du Ministère**
  - Symbole du drapeau avec nom bilingue du ministère (facultatif s'il s'agit d'une collaboration avec plus d'un ministère).
- **Mot-symbole Canada**

### **Exigences relatives aux fichiers d'origine**

Chaque **fichier** ci-dessous nécessite une version en **français** et une version en **anglais**. (Remarque : les fichiers à temps différents sont considérés comme des fichiers finaux distincts, p. ex., une version complète et une version abrégée d'une vidéo comportent pour deux fichiers.) Toutes les vidéos doivent être produites au moyen de la norme NTSC.

### **Spécifications techniques des vidéos**

#### **Exigences techniques des vidéos en ligne**

- Elles doivent être disponibles dans plusieurs versions prêtes pour publication sur le Web, notamment dans les formats suivants :
  - Format MPEG 4 (codec H264 + AAC)
  - Format WebM (codec VP8)
- Au moins deux tailles de fichiers sont obligatoires dans chaque format :
  - 700 pixels de largeur avec un débit binaire moyen ne dépassant pas 350 kbit/s
  - 480 pixels de largeur avec un débit binaire moyen ne dépassant pas 150 kbit/s
- Format de l'image : format panoramique 16/9
- Fournir deux fichiers de sous-titrage codé : l'un en format Timed Text Markup (TTML) 1.0 et l'autre en format SubRip (.SRT)
- Fournir des copies ou les fichiers sources originaux d'avant et après le montage en format numérique sur un lecteur de disque dur externe compatible avec les ordinateurs MAC ou PC

- Fournir une image en format JPG qui pourra servir de diapositive de titre pour la vidéo (JPEG, grande image, 360X203 pixels).
- Les vidéos doivent être configurées de façon à être téléchargées progressivement.
- Les métadonnées de chaque vidéo, ainsi qu'une transcription et le titre de la vidéo, doivent être fournies dans les deux langues officielles.

### **EXEMPLE**

Vous avez créé une vidéo pour l'Agence. Les 8 fichiers vidéo suivants et les 12 fichiers à l'appui sont requis :

#### Anglais

- 2 Final Files (video)
- 2 Closed Captioning files
- 1 Title and description file
- 1 Transcript file
- 1 Key Words list
- 1 Folder with All Original Project Files
- JPG image (360x203 pixels)

#### Français

- 2 fichiers finaux (vidéo)
- 2 fichiers de sous-titrage
- 1 fichier de titre et de description
- 1 fichier de transcription
- 1 liste de mots clés
- 1 fichier avec tous les fichiers de projet originaux
- Image JPEG (360X203 pixels)

### **Exigences pour les vidéos commanditées**

Si la vidéo est commanditée, elle doit se terminer par le mot-symbole Canada animé (avec un drapeau flottant) et l'identificateur audio (« Un message du gouvernement du Canada »).

- **Annonces vidéo de courte durée** (p. ex., annonces de 6 secondes)
  - Le mot-symbole Canada doit apparaître, mais compte tenu de la durée extrêmement courte de ces types d'annonces, le mot-symbole Canada n'a pas besoin d'être animé (c.-à-d. un drapeau roulant).
  - Le mot-symbole Canada n'a pas besoin d'être à l'écran pendant 2,5 secondes à la fin de l'annonce.
  - Le mot-symbole Canada peut être à l'écran avec des textes/images supplémentaires (p. ex., identifiant Canada 150, adresse du site Web) et il doit être à l'écran pendant une durée minimale de 1 seconde.
- **Annonces vidéo de moyenne durée** (p. ex., annonces de 10 à 15 secondes)
  - Le mot-symbole Canada est appliqué en évidence à la dernière image d'une publicité (généralement 60 % de la largeur de l'écran). Un symbole de drapeau animé précède le format statique. Le mot-symbole Canada reste à l'écran pendant au moins 2 secondes.

- 
- L'identification du gouvernement du Canada est soit faite par voix hors champ (c.-à-d. « un message du gouvernement du Canada ») pendant l'affichage du mot-symbole du Canada, soit en ajoutant la signature d'un ministère ou du gouvernement du Canada à la publicité.
  - FACULTATIF : inclure la signature musicale (c.-à-d. les 4 premières notes du « Ô Canada », d'une durée de 1,5 seconde) jusqu'à la fin de l'annonce.
  - **Annonces vidéo de plus longue durée** (p. ex., annonces de 25 secondes ou plus)
    - Le mot-symbole Canada est appliqué en évidence à la dernière image d'une publicité (généralement 60 % de la largeur de l'écran), et il reste à l'écran pendant 4 secondes.
    - L'identification du gouvernement du Canada est également faite par voix hors champ (c.-à-d. « un message du gouvernement du Canada ») lors de l'affichage du mot-symbole Canada.
    - La signature musicale approuvée (les 4 premières notes du « Ô Canada », pendant 1,5 seconde) joue après la voix hors champ.
    - L'animation approuvée du symbole du drapeau précède la forme statique du mot-symbole Canada.

---

## **Appendice C – Exigences concernant la conception graphique des fichiers d'illustration finaux**

L'entrepreneur fournira l'illustration finale pour un vaste éventail de produits imprimés et de supports électroniques. Le produit graphique final sera fourni au responsable du projet comme illustration électronique finale sur un support précis. Des tableaux finaux en format papier sans erreurs prêt à photographier peuvent être exigés pour les illustrations en ligne ou les illustrations à ton continu, tel qu'il est indiqué par le responsable du projet.

L'illustration électronique finale et les épreuves laser seront produites comme suit :

- L'illustration sera réglée conformément aux spécifications de l'imprimante ou électroniques ou Web, ou comme indiquées par le responsable du projet.
- L'entrepreneur retournera tous les travaux achevés et tous les fichiers connexes (c.-à-d., les fichiers par couches ou natifs, les fichiers de texte, les fichiers électroniques, les graphiques, les images, les polices de caractère, etc.) de même que les épreuves papier. Ces fichiers seront fournis sur les supports électroniques courants ou tels qu'il est indiqué par le responsable du projet.
- Les fichiers de renseignements contenant les bons renseignements sur les logiciels, les versions, les polices de caractère, les graphiques, les images numérisées, etc., seront fournis avec les supports électroniques.
- Des instructions particulières, y compris (par exemple) des renseignements sur la capture, l'étalement et l'obstruction, seront fournies avec les supports électroniques.
- Tous les produits livrables finaux pour les sites Web doivent être créés et compilés à l'aide de logiciels normalisés de l'industrie et doivent être prêts pour la publication dans un serveur Web.
- Les ensembles de fichiers aux fins de publication dans des sites Web doivent être accompagnés d'un formulaire de spécifications qui comprend un répertoire de fichiers énumérant tous les dossiers et les fichiers inclus, et indiquant le fichier qui sert de page d'accueil, le logiciel de développement (y compris le numéro de version) utilisé pour créer les pages Web et tout autre renseignement nécessaire pour assurer la bonne apparence et le bon fonctionnement après la publication. (L'entrepreneur doit fournir, sans frais supplémentaires, les fichiers sources utilisés pour la création du texte et des graphiques qui s'affichent dans les fichiers destinés à la publication dans des sites Web.)
- Toutes les illustrations et les photos seront en place dans des fichiers finaux et fournis comme des fichiers distincts.
- Les extensions de nom de fichier doivent être mises à jour de façon adéquate dans toutes les mises en page et doivent inclure des extensions appropriées (c.-à-d., nomdefichier.eps, nomdefichier.indd).

- 
- Pour les fichiers finaux destinés aux expositions créées dans Illustrator : assurez-vous que les fichiers sont incorporés et sauvegardés comme un fichier.eps au lieu d'un fichier AI. Incluez toutes polices de caractère utilisées dans l'illustration vectorielle.
  - Pour les fichiers finaux destinés aux expositions : fournissez tous les logos comme des fichiers VECTOR EPS et pas comme des fichiers tramés comme les fichiers Photoshop EPS, les fichiers JPEG, les fichiers GIF ou les fichiers TIFF.
  - Des instructions indiquant la couleur dominante et secondaire de tous les duotones seront indiquées sur le support électronique ou l'épreuve laser ou le format final résolu avec les fichiers électroniques.
  - Une épreuve laser (sortie d'une imprimante laser, composeuse laser ou équivalent) sera fournie avec les supports électroniques indiquant toutes les particularités de production.
  - Les copies laser produites pour indiquer la position des illustrations seront clairement marquées « pour position seulement », ou en anglais « for position only ».
  - Les divisions de couleurs seront fournies et clairement démontrées sur les épreuves laser et approuvées par le client.
  - Tous les ensembles de fichiers des supports électroniques doivent être accompagnés d'épreuves laser couleur démontrant l'apparence à l'écran du produit final.
  - On peut demander à l'entrepreneur de stocker une version électronique des documents originaux élaborés en vertu de la présente entente, et de tenir à jour un inventaire de ces documents.
  - La propriété des documents, les droits d'auteur des documents, reviendra toujours au Ministère.
  - Tous les fichiers finaux doivent également être fournis dans les anciens formats IDML qui sont compatibles avec Adobe Creative Cloud 2015.

## ANNEXE B

### BASE DE PAIEMENT

#### B.1 TAUX HORAIRES FERMES

Les taux horaires fermes sont tout compris. Ils comprennent le coût de la main-d'œuvre, les avantages sociaux, les dépenses générales et administratives, les frais généraux, le profit et les autres du même genre, à l'exception seulement des taxes applicables. Toutes dépenses normalement encourues pour la prestation des services (c.-à-d. poste de travail [incluant l'équipement et les logiciels de l'entrepreneur], le traitement de texte, les estimations de travail, les photocopies, les frais de courrier et de téléphone, les déplacements locaux et les autres du même genre) sont incluses dans les taux horaires identifiés dans la présente et ne seront pas autorisés comme coûts dans le cadre des commandes subséquentes à une offre à commandes. Les fournisseurs ne sont pas autorisés à facturer des taux horaires pour la préparation des devis.

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

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

Catégorie de services	Nom de la ou des personnes-ressources	Taux horaire Période de marché initiale (Marché adjugé jusqu'au 31 mars 2020)	Taux horaire Période d'option 1 Du 1 <sup>er</sup> avril 2020 au 31 mars 2021
Services de gestion et de coordination de comptes	À indiquer dans chaque entente	\$	\$
Planification et développement stratégiques	À indiquer dans chaque entente	\$	\$
Stratégie et orientation créatives	À indiquer dans chaque entente	\$	\$
Taux horaire pondéré	À indiquer dans chaque entente	\$	\$

#### B.2 COÛTS DE PRODUCTION

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

#### B. 3 SERVICES DE SOUS-TRAITANCE

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

---

**POUR LES SERVICES DE SOUS-TRAITANCE SUPÉRIEURS À 25 000,00 \$ (TPS/TVH INCLUSES)**

L'entrepreneur obtiendra des soumissions concurrentielles d'au moins trois (3) fournisseurs externes. L'entrepreneur doit fournir, à l'autorité contractante et au responsable de projet, les noms des fournisseurs qui ont soumissionné, le montant total de chaque soumission obtenue, les critères de sélection et les résultats. Un service sous-traité supérieur à 25 000 \$ (TPS/TVH incluses) s'applique à l'ensemble de la valeur en dollars de chaque service sous-traité par contrat résultant par rapport à un contrat résultant.

**B.4 COÛTS DIRECTS**

Les honoraires professionnels présentés en B.1 sont tous inclus.

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts directs qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux. Ces dépenses seront payées au coût réel sans majoration, sur présentation d'une déclaration détaillée appuyée des bons de réception, étant donné que les services sont documentés dans le contrat approuvé par rapport à un arrangement d'approvisionnement. Tous les coûts directs doivent être approuvés au préalable par le chargé de projet.

**B.5 FRAIS DE DÉPLACEMENT ET DE SUBSISTANCE**

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

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

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

**B.6 COENTREPRISE CONTRACTUELLE (le cas échéant)**

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

## ANNEXE C

### ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

#### 1. ÉVALUATION TECHNIQUE

##### 1.1 TERMES DÉFINIS pour les besoins de cette évaluation

Par **stratégie/campagne de marketing menée à bien**, on entend que :

- le travail de création et de production a été mené à terme;
- le contenu créatif a été publié ou diffusé dans les médias appropriés;
- les activités de marketing ont été exécutées;
- les résultats des activités de marketing ont été mesurés et évalués et sont disponibles, y compris pour les médias sociaux et numériques. Bien que la campagne puisse être en cours, une phase ou un vol mesurable doit être disponible pour répondre à la définition.

Par **campagne/stratégie de marketing multimédia intégrée**, on entend que :

- les activités et produits de marketing appropriés ont été élaborés et mis en œuvre (l'un ou l'autre des produits et activités qui suivent : brochures, bannières, prospectus, infographies, signalisation, affiches, vidéos, applications mobiles, messages organiques des médias sociaux, marketing axé sur les événements, marketing au moyen d'influenceurs, partenariats, etc.).

Par **campagne nationale**, on entend :

- une campagne qui est diffusée dans au moins trois (3) des cinq (5) régions suivantes du Canada : Prairies/Colombie-Britannique, Ontario, Québec, Atlantique, nord du Canada.

##### 1.2 CRITÈRES TECHNIQUES OBLIGATOIRES

###### 1.2.1 RÉSUMÉS DE LA STRATÉGIE/CAMPAGNE DE MARKETING (O1 À O5)

Le soumissionnaire doit satisfaire l'ensemble des exigences obligatoires de l'énoncé des travaux. Le soumissionnaire DOIT démontrer sa capacité et son expérience en matière de prestation de stratégies de marketing, ainsi que de services de conception et de production de stratégies/campagnes de marketing menées à bien en présentant deux (2) résumés différents, chacun axé sur une campagne distincte tel que définie ci-dessous :

- i. Au moins une (1) **stratégie/campagne nationale de marketing multimédia intégrée menée à bien**.
- ii. Au moins une (1) DOIT **cibler un public canadien et mettre à contribution des partenariats**. Inclure un résumé de la stratégie de partenariat.

	Critères obligatoires	Satisfait/non satisfait	Renvoi à la proposition (fournisseur à insérer)
O1	Chacun des deux (2) différents résumés DOIT avoir été produit et réalisé dans les trois (3) années précédant la clôture de la soumission.		



	(REMARQUE : les stratégies/campagnes n'ont pas à avoir été entreprises pour le gouvernement du Canada)		
<b>02</b>	Chaque stratégie/campagne soumise DOIT avoir visé un public différent (c.-à-d. les jeunes, le grand public, les entreprises, les peuples autochtones, les recrues potentielles, etc.).		
<b>03</b>	Chaque stratégie/campagne soumise DOIT avoir un objectif différent (c.-à-d. sensibiliser, changer le comportement, encourager l'inscription au service/produit, assister à des événements, encourager un membre du public cible à postuler pour un emploi, etc.)		
<b>04</b>	Chaque résumé soumis DOIT inclure le nom de l'organisation cliente, les dates et la durée du projet, les objectifs de la stratégie/campagne, le(s) public(s) cible(s), le budget et les activités de marketing.		
<b>05</b>	Au moins l'une des campagnes DOIT avoir été élaborée à l'origine dans les deux langues officielles (anglais et français).		

### 1.3 CRITÈRES D'ÉVALUATION COTÉS NUMÉRIQUEMENT

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

Critères cotés	Maximum de points possibles	Minimum de points requis par section
Résumé de la stratégie/campagne de marketing n° 1	40	24
Résumé de la stratégie/campagne de marketing n° 2	40	24
Approche de gestion	10	6
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>54</b>

La grille de pointage suivante sera utilisée pour l'évaluation des critères cotés.

Points	Niveaux de cotation
1	<b>Inacceptable</b> : Description très limitée de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Peu ou pas de détails ne sont décrits pour chaque exigence évaluée;</li> <li>• Fournit des déclarations sans expliquer le raisonnement du soumissionnaire; ne décrit pas clairement les mesures prises; aucun processus décrit;</li> <li>• Peu ou pas de données ne sont citées ou les données citées ne sont pas pertinentes pour étayer la justification et les mesures prises. (le cas échéant)</li> </ul>
3	<b>Acceptable</b> : Description complète de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tous les détails sont décrits pour chaque exigence évaluée;</li> <li>• Décrit les critères évalués en expliquant le raisonnement du soumissionnaire, les</li> </ul>

Solicitation No. - N° de l'invitation  
**46558-193594/A**  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
**46558-193594**

Amd. No. - N° de la modif.  
File No. - N° du dossier  
**cx026.46558193594**

Buyer ID - Id de l'acheteur  
**CX026**  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

	<p>processus et les mesures qu'il a prises avec seulement des domaines de clarification mineure nécessaires;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• La plupart des données sont citées et pertinentes pour étayer la justification et les mesures prises (le cas échéant);</li><li>• Faiblesses et/ou insuffisances limitées.</li></ul>
5	<p><b>Fort</b> : Description exhaustive de la façon dont le soumissionnaire répond à tous les critères et/ou les dépasse;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• tous les détails des exigences évaluées sont décrits;</li><li>• Décrit les critères évalués et énonce clairement la justification et les mesures prises; les processus sont décrits étape par étape (le cas échéant); aucune clarification n'est nécessaire pour évaluer la réponse.</li><li>• Toutes les données sont citées et pertinentes pour étayer la justification et les mesures prises (le cas échéant);</li><li>• Aucune faiblesse ou lacune évidente.</li></ul>

## 1.4 EXIGENCES COTÉES

### 1.4.1 Stratégie de marketing et résumés de campagne (R1 à R8) – 90 POINTS

#### Résumé 1 : Stratégie/campagne nationale de marketing multimédia intégrée (R1 à R4)

Le point suivant concernant les critères techniques sera appliqué au **résumé de la stratégie/campagne** d'une **stratégie/campagne de marketing nationale de marketing multimédia intégrée menée à bien**.

**Les critères techniques suivants seront évalués. S'assurer que tous les détails sont décrits pour chaque critère coté.**

	Critères techniques cotés	Maximum de points	Renvoi à la proposition (fournisseur à insérer)
R1	<b>Aperçu du projet (Maximum de 5 points)</b> Décrit les besoins du client, les objectifs de la stratégie/campagne, les publics cibles, le budget, les activités de marketing, les échéanciers, les contraintes et les résultats escomptés.	5 points	
R2	<b>Pensée stratégique (Maximum de 10 points)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Décrit les données utilisées et la façon dont les données ont éclairé l'approche ou la stratégie, y compris la sélection des tactiques;</li> <li>ii. Démontre une pensée stratégique et une approche globale axée sur les résultats, de la stratégie jusqu'à l'exécution.</li> </ul>	5 points	
R3	<b>Créativité (Maximum de 25 points)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Démontre que les éléments créatifs ont contribué à la l'atteinte des objectifs de communication du client auprès des publics cibles anglophones et/ou francophones;</li> <li>ii. Démontre que les idées créatives fonctionnent efficacement dans divers formats sur de nombreuses plateformes de médias;</li> <li>iii. Démontre un message clair, tel que : la marque est bien identifiée; l'appel à l'action est bien compris;</li> <li>iv. Démontre la qualité des éléments (maquette, performance d'artistes à l'écran, voix hors champ, sons, animation, direction artistique, cinématographie, technique globale et photographie, conception graphique) et l'exécution solide sur le plan technique pour l'ensemble des médias utilisés;</li> <li>v. Démontre une stratégie et une approche novatrices, originales et s'appuie sur les dernières tendances et technologies.</li> </ul>	5 points  5 points  5 points  5 points	

Solicitation No. - N° de l'invitation  
**46558-193594/A**  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
**46558-193594**

Amd. No. - N° de la modif.  
File No. - N° du dossier  
**CX026.46558193594**

Buyer ID - Id de l'acheteur  
**CX026**  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

R4	<b>Résultats (Maximum de 5 points)</b> Démontre comment les résultats ont atteint les objectifs énoncés.	5 points	
<b>Résumé 1 : Total de la stratégie/campagne nationale de marketing multimédia intégrée</b>		<b>40 points</b>	

## Résumé 2 : Stratégie/campagne de marketing visant les partenariats (R5 à R8)

Le point suivant concernant les critères techniques sera appliqué à la stratégie/campagne visant un ou des publics canadiens et qui a tiré profit de partenariats.

**Les critères techniques suivants seront évalués. S'assurer que tous les détails sont décrits pour chaque critère coté.**

	Critères techniques cotés	Maximum de points	Renvoi à la proposition (fournisseur à insérer)
R5	<b>Aperçu du projet (Maximum de 5 points)</b> Décrit les besoins du client, les objectifs de la stratégie/campagne, les publics cibles, le budget, les activités de marketing, les échéanciers, les contraintes et les résultats escomptés.	5 points	
R6	<b>Pensée stratégique (Maximum de 15 points)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Décrit les données et la recherche utilisées pour décrire les types potentiels de partenariats, les objectifs proposés, les éléments clés et les objectifs du ou des partenariats;</li> <li>ii. Décrit le raisonnement pour la sélection des partenaires potentiels et les défis rencontrés lors de l'identification des occasions de partenariat;</li> <li>iii. Démonstre une pensée stratégique et une approche globale axée sur les résultats, de la stratégie jusqu'à l'exécution.</li> </ul>	5 points  5 points  5 points	
R7	<b>Créativité (Maximum de 25 points)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>i. Démonstre que les éléments créatifs ont contribué à l'atteinte des objectifs de communication du client auprès des publics cibles anglophones et/ou francophones;</li> <li>ii. Démonstre un message clair, tel que : la marque est bien identifiée; l'appel à l'action est bien compris;</li> <li>iii. Démonstre une stratégie et une approche novatrices, originales et s'appuie sur les dernières tendances et technologies.</li> </ul>	5 points  5 points  5 points	
R8	<b>Résultats (Maximum de 5 points)</b> Démonstre comment les résultats ont atteint les objectifs énoncés.	5 points	
<b>Résumé 2 : Total de la stratégie de marketing visant des partenariats</b>		<b>40 points</b>	

#### 1.4.2 Approche de gestion (R9 à R10) – 10 points

	Critères techniques cotés	Maximum de points	Renvoi à la proposition (fournisseur à insérer)
R9	<b>Systèmes de gestion solides</b> Décrit comment le soumissionnaire procède pour affecter des ressources aux projets, estimer les coûts avec exactitude (en vue de réduire le nombre de changements à apporter au cours du projet) et respecter les budgets et les échéanciers (en tenant compte des retards possibles causés par le processus d'approbation du client).	5 points	
R10	<b>Processus d'assurance de la qualité</b> Décrit les processus qui sont en place pour assurer la qualité des documents créatifs et leur traduction/adaptation de l'une des langues officielles du Canada dans l'autre, et dans toute autre langue pour divers publics ethnoculturels.	5 points	
<b>Sous-total pour la gestion et l'assurance qualité</b>		<b>10 points</b>	

## ANNEXE D

### PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI - ATTESTATION

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

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

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

Compléter à la fois A et B.

A. Cochez seulement une des déclarations suivantes :

- ☐ A1. Le soumissionnaire atteste qu'il n'a aucun effectif au Canada.
- ☐ A2. Le soumissionnaire atteste qu'il est un employeur du secteur public.
- ☐ A3. Le soumissionnaire atteste qu'il est un [employeur sous réglementation fédérale](#), 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.)

### Ancien fonctionnaire touchant une pension

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

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

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

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

### Directive sur le réaménagement des effectifs

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

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

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

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

### Attestation du contenu canadien

Cet achat est limité aux produits canadiens.

Le soumissionnaire atteste que :

( ) le ou les produits offerts sont des produits canadiens tel qu'il est défini au paragraphe 1 de la clause [A3050T](#).



Solicitation No. - N° de l'invitation  
46558-193594/A  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
46558-193594

Amd. No. - N° de la modif.  
File No. - N° du dossier  
cx026.46558193594

Buyer ID - Id de l'acheteur  
CX026  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

## ANNEXE E

### FORMULAIRE D'AUTORISATION DE TÂCHES



Public Works and Government  
Services Canada

Travaux publics et Services  
gouvernementaux Canada

Annex  
Annexe \_\_\_\_\_

#### Task Authorization Autorisation de tâche

Contract Number - Numéro du contrat

Contractor's Name and Address - Nom et l'adresse de l'entrepreneur	Task Authorization (TA) No. - N° de l'autorisation de tâche (AT)
	Title of the task, if applicable - Titre de la tâche, s'il y a lieu
	Total Estimated Cost of Task (Applicable taxes extra) Coût total estimatif de la tâche (Taxes applicables en sus) \$
Security Requirements: This task includes security requirements Exigences relatives à la sécurité : Cette tâche comprend des exigences relatives à la sécurité <input type="checkbox"/> No - Non <input type="checkbox"/> Yes - Oui If YES, refer to the Security Requirements Checklist (SRCL) included in the Contract Si OUI, voir la Liste de vérification des exigences relative à la sécurité (LVERS) dans le contrat ▶	

#### For Revision only - Aux fins de révision seulement

TA Revision Number, if applicable Numéro de révision de l'AT, s'il y a lieu	Total Estimated Cost of Task (Applicable taxes extra) before the revision Coût total estimatif de la tâche (Taxes applicables en sus) avant la révision \$	Increase or Decrease (Applicable taxes extra), as applicable Augmentation ou réduction (Taxes applicables en sus), s'il y a lieu \$
--	--	---

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

**Début des travaux pour l'AT : Les travaux ne peuvent pas commencer avant que l'AT soit autorisée conformément au contrat.**

#### 1. Required Work: - Travaux requis :

A. Task Description of the Work required - Description de tâche des travaux requis	See Attached - Ci-joint <input type="checkbox"/>
B. Basis of Payment - Base de paiement	See Attached - Ci-joint <input type="checkbox"/>
C. Cost of Task - Coût de la tâche	See Attached - Ci-joint <input type="checkbox"/>
D. Method of Payment - Méthode de paiement	See Attached - Ci-joint <input type="checkbox"/>

PWGSC - TPSGC 572 (2014-04)

Solicitation No. - N° de l'invitation  
46558-193594/A  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
46558-193594

Amd. No. - N° de la modif.  
File No. - N° du dossier  
cx026.46558193594

Buyer ID - Id de l'acheteur  
CX026  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

**Annex**  
**Annexe** \_\_\_\_\_

Contract Number - Numéro du contrat

## 2. Authorization(s) - Autorisation(s)

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

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

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

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

\_\_\_\_\_  
Name and title of authorized client - Nom et titre du client autorisé à signer

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
PWGSC Contracting Authority - Autorité contractante de TPSGC

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

## 3. Contractor's Signature - Signature de l'entrepreneur

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

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Date

Solicitation No. - N° de l'invitation  
**46558-193594/A**  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
**46558-193594**

Amd. No. - N° de la modif.  
File No. - N° du dossier  
**cx026.46558193594**

Buyer ID - Id de l'acheteur  
**CX026**  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

---

## **ANNEXE F de la PARTIE 3 de la DEMANDE DE SOUMISSIONS**

### **INSTRUMENTS DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE**

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

( ) Dépôt direct (national et international) ;