



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

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

11 Laurier St. / 11, rue Laurier

Place du Portage, Phase III

Core 0B2 / Noyau 0B2

Gatineau

Québec

K1A 0S5

Bid Fax: (819) 997-9776

**REQUEST FOR PROPOSAL
DEMANDE DE PROPOSITION**

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

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

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

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

Comments - Commentaires

Title - Sujet Campagne de sensibilisation publicu	
Solicitation No. - N° de l'invitation 2L165-190429/A	Date 2019-02-25
Client Reference No. - N° de référence du client 2L165-19-0429	
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CX-031-76536	
File No. - N° de dossier cx031.2L165-190429	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2019-03-19	Time Zone Fuseau horaire Eastern Daylight Saving Time EDT
F.O.B. - F.A.B. Plant-Usine: <input type="checkbox"/> Destination: <input checked="" type="checkbox"/> Other-Autre: <input type="checkbox"/>	
Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à: St-Clair, Denise	Buyer Id - Id de l'acheteur cx031
Telephone No. - N° de téléphone (343) 542-3671 ()	FAX No. - N° de FAX () -
Destination - of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction: COMMUNICATIONS SECURITY ESTABLISHMENT 1929 OGILVIE RD OTTAWA Ontario K1J0B9 Canada	

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

Vendor/Firm Name and Address

**Raison sociale et adresse du
fournisseur/de l'entrepreneur**

Issuing Office - Bureau de distribution

Communication Procurement Directorate/Direction de
l'approvisionnement en communication

360 Albert St. / 360, rue Albert

12th Floor / 12ième étage

Ottawa

Ontario

K1A 0S5

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

TABLE DES MATIÈRES

PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	3
1.1 INTRODUCTION.....	3
1.2 SOMMAIRE	3
1.3 COMPTE RENDU.....	4
PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES.....	5
2.1 INSTRUCTIONS, CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES	5
2.2 PRÉSENTATION DES SOUMISSIONS	5
2.3 ANCIEN FONCTIONNAIRE	5
2.4 DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS – EN PÉRIODE DE SOUMISSION.....	6
2.5 LOIS APPLICABLES	7
2.6 FONDEMENT DU TITRE DU CANADA SUR LES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE	7
PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS	8
3.1 INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS.....	8
PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION	10
4.1 PROCÉDURES D'ÉVALUATION	10
4.2 MÉTHODE DE SÉLECTION	10
PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES.....	12
5.1 ATTESTATIONS EXIGÉES AVEC LA SOUMISSION	12
5.2 ATTESTATIONS PRÉALABLES À L'ATTRIBUTION DU CONTRAT ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES ..	12
PARTIE 6 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT	14
6.1 EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ	14
6.2 ÉNONCÉ DES TRAVAUX.....	14
6.3 CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES.....	15
6.4 DURÉE DU CONTRAT	16
6.5 RESPONSABLES.....	16
6.6 DIVULGATION PROACTIVE DE MARCHÉS CONCLUS AVEC D'ANCIENS FONCTIONNAIRES	16
6.7 PAIEMENT	17
6.8 INSTRUCTIONS RELATIVES À LA FACTURATION	17
6.9 ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES	18
6.10 LOIS APPLICABLES	18
6.11 ORDRE DE PRIORITÉ DES DOCUMENTS	18
6.12 DISTRIBUTION ET DROITS.....	19
ANNEXE "A"	20
ÉNONCÉ DES TRAVAUX	20
ANNEXE B.....	29
BASE DE PAIEMENT	29
ANNEXE C.....	31
ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE.....	31
ANNEXE "D" DE LA PARTIE 5 DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS.....	40
PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI - ATTESTATION	40

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

ANNEXE "E"	42
FORMULAIRE D'AUTORISATION DE TÂCHES	42
ANNEXE "F" DE LA PARTIE 3 DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS	44
INSTRUMENTS DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE.....	44

PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1.1 Introduction

La demande de soumissions contient sept parties, ainsi que des pièces jointes et des annexes, et elle est divisée comme suit :

Partie 1	Renseignements généraux : renferme une description générale du besoin;
Partie 2	Instructions à l'intention des soumissionnaires : renferme les instructions, clauses et conditions relatives à la demande de soumissions;
Partie 3	Instructions pour la préparation des soumissions : donne aux soumissionnaires les instructions pour préparer leur soumission;
Partie 4	Procédures d'évaluation et méthode de sélection : décrit la façon selon laquelle se déroulera l'évaluation et présente les critères d'évaluation auxquels on doit répondre dans la soumission, ainsi que la méthode de sélection;
Partie 5	Attestations et renseignements supplémentaires : comprend les attestations et les renseignements supplémentaires à fournir;
Partie 6	Clauses du contrat subséquent : contient les clauses et les conditions qui s'appliqueront à tout contrat subséquent.

1.2 Sommaire

Le Centre de la sécurité des télécommunications recherche les services d'un organisme de marketing pour concevoir et produire une campagne multimédia qui sera mise en œuvre de façon progressive et qui comprendra la création d'une gamme d'activités et de produits de marketing.

Les produits et les activités conçus doivent véhiculer un message cohérent pouvant être transmis à grande échelle au sein de divers gouvernements et organismes partenaires. Pour réaliser la campagne de marketing et de sensibilisation, il est possible d'utiliser des outils en ligne et des produits de sensibilisation, notamment du contenu Web, les médias sociaux, du contenu interactif, des vidéos, des documents infographiques, des publications, des présentations, des rapports, des articles promotionnels, des événements en ligne ou en direct, des activités et produits médiatiques, tout autre produit et activité découlant d'un partenariat, de même que du matériel et des produits d'exposition.

1.2.1 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).

1.2.2 Contenu canadien

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

1.2.3 Entente sur les revendications territoriales globales

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

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

1.2.4 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.

1.3 Compte rendu

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

PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES

2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées

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

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

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

2.2 Présentation des soumissions

Les soumissions doivent être présentées uniquement au Module de réception des soumissions de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) au plus tard à la date, à l'heure et à l'endroit indiqués à la page 1 de la demande de soumissions.

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

2.3 Ancien fonctionnaire

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

Définition

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

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

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

« pension » signifie une pension ou une allocation annuelle versée en vertu de la [Loi sur la pension de la fonction publique](#) (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 **dix (10) 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.

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

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

2.5 Lois applicables

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

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

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

Le Centre de la sécurité des télécommunications 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.

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 de soumettre leur soumission dans une transmission unique. Le service connexion postel 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 copies électronique sur clé USB

Section II : Soumission financière (1 exemplaires papier), et copies électronique sur clé USB

Section III : Attestations (1 exemplaires papier), et copies électronique sur clé USB

La même clé USB peut contenir 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 postel et celui de la copie papier, le libellé de la copie électronique transmise par le service Connexion postel 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-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=32573) (<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 démontrer leur compréhension des exigences contenues dans la demande de soumissions et expliquer comment ils répondront à ces exigences. Les soumissionnaires devraient démontrer leur capacité et décrire l'approche qu'ils prendront de façon complète, concise et claire pour effectuer les travaux.

La soumission technique devrait traiter clairement et de manière suffisamment approfondie des points faisant l'objet des critères d'évaluation en fonction desquels la soumission sera évaluée. Il ne suffit pas de reprendre simplement les énoncés contenus dans la demande de soumissions. Afin de faciliter l'évaluation de la soumission, le Canada demande que les soumissionnaires reprennent les sujets dans l'ordre des critères d'évaluation, sous les mêmes rubriques. Pour éviter les recoupements, les soumissionnaires peuvent faire référence à différentes sections de leur soumission en indiquant le numéro de l'alinéa et de la page où le sujet visé est déjà traité.

Section II : Soumission financière

3.1.1 Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière en conformité avec la **Base de Paiement l'annexe "B"**.

3.1.2 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 les renseignements supplémentaires exigés à la Partie 5.

PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

4.1 Procédures d'évaluation

- a) Les soumissions 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 "X"**.

4.1.2 Évaluation financière

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.

4.2 Méthode de sélection

4.2.1 Méthode de sélection - Note combinée la plus haute sur le plan du mérite technique et du prix

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 **231** points exigés pour l'ensemble des critères d'évaluation techniques cotés. L'échelle de cotation compte **385** 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 prix évalué le plus bas et selon le ratio de 30%.
6. Pour chaque soumission recevable, la cotation du mérite technique et la cotation du prix seront ajoutées pour déterminer la note combinée.
7. La soumission recevable ayant obtenu le plus de points ou celle ayant le prix évalué le plus bas ne sera pas nécessairement choisie. La soumission recevable qui obtiendra la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du contrat.

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

Le tableau ci-dessous présente un exemple où les trois soumissions sont recevables et où la sélection de l'entrepreneur se fait en fonction d'un ratio de 70/30 à l'égard du mérite technique et du prix, respectivement. Le nombre total de points pouvant être accordé est de 135, et le prix évalué le plus bas est de 45,500\$ (45).

Méthode de sélection - Note combinée la plus haute sur le plan du mérite technique (70%) et du prix (30%)				
		Soumissionnaire 1	Soumissionnaire 2	Soumissionnaire 3
Note technique globale		115/135	89/135	92/135
Prix évalué de la soumission		\$55,000.00	\$50,000.00	\$45,000.00
Calculs	Note pour le mérite technique	$115/135 \times 70 = 59.62$	$89/135 \times 70 = 46.14$	$92/135 \times 70 = 47.70$
	Note pour le prix	$45/55 \times 30 = 24.54$	$45/50 \times 30 = 27.00$	$45/45 \times 30 = 30.00$
Note combinée		84.16	73.14	77.70
Évaluation globale		1 ^{er}	3 ^e	2 ^e

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 fautive, sciemment ou non, que ce soit pendant la période d'évaluation des soumissions, ou pendant la durée du contrat.

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

5.1 Attestations exigées avec la soumission

Les soumissionnaires doivent 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.

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

5.2.1 Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation de soumission

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

Le Canada aura le droit de déclarer une soumission non recevable si le soumissionnaire, ou tout membre de la coentreprise si le soumissionnaire est une coentreprise, figure dans la liste des « soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF » au moment de l'attribution du contrat.

Le Canada aura aussi le droit de résilier le contrat pour manquement si l'entrepreneur, ou tout membre de la coentreprise si l'entrepreneur est une coentreprise, figure dans la liste des « [soumissionnaires à admissibilité limitée du PCF](#) » pendant la durée du contrat.

5.2.2 Attestations additionnelles préalables à l'attribution du contrat

5.2.2.1 Attestation du contenu canadien

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

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

5.2.2.2 Statut et disponibilité du personnel

Le soumissionnaire atteste que, s'il obtient le contrat découlant de la demande de soumissions, chaque individu proposé dans sa soumission sera disponible pour exécuter les travaux, tel qu'exigé par les représentants du Canada, au moment indiqué dans la demande de soumissions ou convenue avec ce dernier. Si pour des raisons hors de son contrôle, le soumissionnaire est incapable de fournir les services d'un individu identifié dans sa soumission, le soumissionnaire peut proposer un remplaçant avec des qualités et une expérience similaires. Le soumissionnaire doit aviser l'autorité contractante de la raison pour le remplacement et fournir le nom, les qualités et l'expérience du remplaçant proposé. Pour les fins de cette clause, seule les raisons suivantes seront considérées comme étant hors du contrôle du soumissionnaire : la mort, la maladie, le congé de maternité et parental, la retraite, la démission, le congédiement justifié ou la résiliation par manquement d'une entente.

Si le soumissionnaire a proposé un individu qui n'est pas un employé du soumissionnaire, le soumissionnaire atteste qu'il a la permission de l'individu d'offrir ses services pour l'exécution des travaux et de soumettre son curriculum vitae au Canada. Le soumissionnaire doit, sur demande de l'autorité contractante, fournir une confirmation écrite, signée par l'individu, de la permission donnée au soumissionnaire ainsi que de sa disponibilité. Le défaut de répondre à la demande pourrait avoir pour conséquence que la soumission soit déclarée non recevable.

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

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 **200,000.00\$**, 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

[2035 \(2018-06-21\)](#), Conditions générales - besoins plus complexes de services, s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

6.3.2 Conditions générales supplémentaires

[4007 \(2010-08-16\)](#) Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux 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 l'attribution du contact jusqu'au 31 mars, 2020 inclusivement.

6.4.2 Option de prolongation du contrat

L'entrepreneur accorde au Canada l'option irrévocable de prolonger la durée du contrat jusqu'à deux (2) périodes supplémentaires de un (1) an chacune, selon les mêmes conditions. L'entrepreneur accepte que, pendant la période prolongée du contrat, il sera payé conformément aux dispositions applicables énoncées dans 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 par une modification au contrat.

6.4.3 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 :

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Direction générale des approvisionnements
Direction des approvisionnements des services de communications
Constitution Square, 12ième étage
360 rue Albert,
Ottawa, Ontario, K1A 0S5

Attn: Denise St-Clair

Tel: (343) 542-3671

Courriel : 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 Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires

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

6.7 Paiement

6.7.1 Base de paiement

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux décrits dans l'autorisation de tâches (AT) autorisée, conformément à la base de paiement à l'**annexe « B »**, à la limitation des dépenses spécifiée dans l'AT autorisée. Les taxes applicables sont en sus.

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 - _____ \$. 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 du document de sortie et de tout autre document tel qu'il est spécifié au contrat;
- b. une copie des factures, reçus, pièces justificatives pour tous les frais directs et pour tous les frais de déplacement et de subsistance;
- c. une copie du rapport mensuel sur l'avancement des travaux.

2. Les factures doivent être distribuées comme suit :
- L'original et un (1) exemplaire doivent être envoyés à l'adresse qui apparaît à la page 1 du contrat pour attestation et paiement.
 - 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 CUA*

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

- 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](#).
- 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.
- 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.

- les articles de la convention;
- les conditions générales supplémentaires 4007 (2010-08-16) - Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux;
- les conditions générales [2035](#) (2018-06-21) - besoins plus complexes de services.
- Annexe "A", Énoncé des travaux;
- Annexe "B", Base de paiement;
- L'autorisation de tâche signée (incluant tous les annexes, si il y a lieu);
- la soumission de l'entrepreneur en date du _____.

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

6.12 Distribution et Droits

Tous les livrables de l'entrepreneur deviendront la propriété du Canada. Le Canada aura les pleins et entiers droits de distribuer et d'utiliser tout produit livrable créé par l'entrepreneur dans le cadre de ce contrat.

6.12.1 Les droits sous-jacents exigences:

L'entrepreneur doit obtenir les droits sous-jacents pour le matériel ou le talent utilisé dans la création du produit livrable et d'en fournir une preuve documentée à l'autorité contractante.

Utilisation : Commercial
Territoire : le monde entier
Durée : 10 années

ANNEXE "A"

ÉNONCÉ DES TRAVAUX

Campagne de sensibilisation publique *Pensez cybersécurité*

1. Introduction

Le présent énoncé des travaux décrit les exigences relatives à la conception de la campagne de marketing social *Pensez cybersécurité* et à sa réalisation en plusieurs phases. Cette campagne de publicité multimédia sensibilise le public canadien à la cybersécurité depuis 2011 et s'échelonne encore sur plusieurs années.

2. Contexte

Les technologies numériques font maintenant partie de notre quotidien, tout comme les nouveaux développements que nous constatons chaque jour. Qu'il s'agisse d'exploitation d'entreprises, d'accès aux services gouvernementaux, d'interaction avec les amis et les membres de la famille, ces technologies rapprochent les Canadiens d'un océan à l'autre et les relient à un réseau mondial dynamique. Cependant, à mesure que nous adoptons les technologies numériques en raison des avantages formidables qu'elles procurent, nous nous exposons à des menaces. Les criminels et autres auteurs de cybermenaces malveillantes — plusieurs d'entre eux opèrent hors de nos frontières — se servent des lacunes en matière de sécurité, du manque de connaissances sur la cybersécurité et des développements technologiques pour compromettre les cybersystèmes. Ces criminels volent des données personnelles et financières, des éléments de propriété intellectuelle et des secrets commerciaux. Ils perturbent et parfois détruisent les infrastructures dont nous dépendons pour obtenir des services essentiels et soutenir notre mode de vie.

Les Canadiens comptent parmi les plus grands internautes de la planète. Ils utilisent une vaste gamme de dispositifs connectés à Internet pour réaliser une grande variété d'activités, notamment converser, écrire, utiliser les plateformes de médias sociaux, faire des achats, faire des transactions bancaires et accéder à des services gouvernementaux. Selon un rapport de 2018 faisant état des résultats d'un sondage sur la cybersécurité mené auprès des internautes¹, les Canadiens passent plus de six heures en ligne par jour; toutefois, seulement la moitié d'entre eux connaissent les risques associés aux nouvelles technologies et aux dispositifs intelligents. Les résultats du sondage suggèrent qu'il faudrait améliorer la cybersécurité des petites et moyennes entreprises (PME), et les répondants ont exprimé le désir profond d'avoir accès à des lignes directrices, des procédures et des ressources pour améliorer la sécurité des PME.

À la suite de la publication de la stratégie de cybersécurité du Canada de 2010, Sécurité publique Canada a lancé la campagne *Pensez cybersécurité* en 2011. La campagne *Pensez cybersécurité* appuie la sensibilisation à la cybersécurité grâce au rayonnement des connaissances, à des activités et à l'élaboration de ressources ciblées.

¹ *Sondage auprès des utilisateurs d'Internet au sujet de la cybersécurité*, rapport final des Associés de recherche EKOS Inc., présenté à Sécurité publique Canada, 2018 (http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsdc/por-ef/public_safety_canada/2018/032-18-e/report.pdf)

La *Stratégie nationale de cybersécurité* de 2018 a permis le regroupement des fonctions de cybersécurité de trois ministères pour former le Centre canadien de la cybersécurité (ci-après, « le Centre »), un organisme unique, novateur et axé sur l'avenir qui fait partie du Centre de la sécurité des télécommunications (CST). La campagne de sensibilisation *Pensez cybersécurité* de Sécurité publique Canada a donc été transférée au Centre.

La campagne de sensibilisation du public *Pensez cybersécurité* appuie la stratégie de cybersécurité nationale. Elle a été créée pour informer les Canadiens au sujet de la cybersécurité et des mesures simples qu'ils peuvent prendre pour se protéger lorsqu'ils mènent leurs activités en ligne. L'objectif de la campagne est de rassembler tous les niveaux de gouvernement, les secteurs publics et privé et la communauté internationale pour aider les Canadiens à avoir un comportement plus sûr en ligne.

3. But et objectifs

Le Centre de la sécurité des télécommunications recherche les services d'un organisme de marketing sont requis pour concevoir et produire une campagne multimédia qui sera mise en œuvre de façon progressive et qui comprendra la création d'une gamme d'activités et de produits de marketing.

Les produits et les activités conçus doivent véhiculer un message cohérent pouvant être transmis à grande échelle au sein de divers gouvernements et organismes partenaires. Pour réaliser la campagne de marketing et de sensibilisation, il est possible d'utiliser des outils en ligne et des produits de sensibilisation, notamment du contenu Web, les médias sociaux, du contenu interactif, des vidéos, des documents infographiques, des publications, des présentations, des rapports, des articles promotionnels, des événements en ligne ou en direct, des activités et produits médiatiques, tout autre produit et activité découlant d'un partenariat, de même que du matériel et des produits d'exposition.

La portée des travaux pour ce contrat ne comprend pas la prestation de services de publicité payants.

Pour orienter la campagne, Sécurité publique a réalisé en 2017 et 2018 une recherche sur l'opinion publique concernant la cybersécurité. Les résultats de cette recherche ont été mesurés par rapport à la recherche de base de 2011 et permettent d'orienter l'établissement des fondements à partir desquels les objectifs actuels de *Pensez cybersécurité* ont été fixés.

3.1 Objectifs de la campagne

La campagne aura précisément pour objectif de modifier les connaissances des Canadiens, leur attitude et leur comportement sur le plan de la cybersécurité de la façon décrite ci-dessous.

Connaissances

- Sensibiliser davantage les Canadiens aux pratiques en matière de cybersécurité.
- Sensibiliser davantage les Canadiens sur la façon de protéger leurs renseignements.
- Sensibiliser davantage les Canadiens sur la façon de protéger leurs ordinateurs et dispositifs.

Attitude

- Accroître le nombre de Canadiens qui croient que la protection des renseignements personnels ou sensibles est importante et nécessaire.

Comportement

- Accroître le nombre de mesures prises par les Canadiens pour sécuriser leurs ordinateurs et dispositifs et protéger leurs renseignements personnels.

3.2 Résultats escomptés

On reconnaît généralement que le marketing social doit reposer sur une approche à long terme pour permettre des changements de comportement importants et durables. Pour cette raison, la campagne permettra de mesurer les changements, notamment les niveaux de connaissance, l'attitude et les comportements. Il faudra déterminer des indicateurs adéquats dans la recherche et fixer des objectifs mesurables.

L'efficacité de la campagne sera aussi évaluée au moyen des méthodes suivantes :

- des stratégies de mesure sur le Web et les médias sociaux qui permettront de coordonner la surveillance et la mesure des activités de la campagne et qui permettront l'élaboration des rapports connexes;
- les appels passés à 1 800 O-Canada;
- le nombre de demandes de renseignements et de matériel;
- la couverture dans les médias et en ligne;
- l'évaluation des partenariats.

3.3 Principaux messages de la campagne

Parmi les principaux messages de la campagne, il y a :

- Protect while you connect / Protégez-vous en ligne;
- Know the risks / Connaissez les risques;
- Protect yourself / Protégez-vous;
- Protect your devices / Protégez vos appareils;
- Obtenez l'information la plus récente et prenez des mesures simples dès aujourd'hui. Pour en savoir plus, consultez le site de la campagne *Pensez cybersécurité*.

3.4 Publics cibles

La campagne cible divers publics, notamment ceux qui sont indiqués ci-dessous.

Public principal

- **Jeunesse**
 - Âges 12 – 17
 - Âges 18 – 24
- **Adultes**
 - Âges 35 – 54
 - Parents d'enfants âgés de 12 à 17 ans
 - Aînés de 65 et plus
- **Petites et moyennes entreprises**
 - Moins de 100 employés

4. Portée des travaux

L'entrepreneur devra fournir une gamme de services de marketing dans les catégories de service suivantes, selon les descriptions détaillées ci-dessous.

- Services de gestion de compte et de coordination
- Services de planification de la stratégie et de la campagne
- Services de production et de création — tactiques traditionnelle et numérique
- Services liés aux partenariats

4.1 Services de gestion de compte et de coordination

L'entrepreneur est tenu de fournir des services continus de gestion de compte. L'entrepreneur doit consigner toutes ses activités, y compris les activités entreprises dans toutes les catégories de service, et les coûts directs de même que le niveau d'effort (temps et ressources) pour livrer les services requis par le responsable du projet.

Plus particulièrement, l'entrepreneur est tenu de fournir des services de gestion de compte qui comprennent, entre autres, les activités suivantes :

- s'assurer de respecter toutes les procédures, d'avoir reçu le contrat et toutes modifications de la part de la Direction de l'approvisionnement en communications de Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC) avant le début des travaux;
- gérer quotidiennement toutes les ressources affectées à la conception du matériel de marketing pour le Centre de la sécurité des télécommunications et veiller à la cohésion du travail afin de livrer en temps opportun des services qui sont rentables pour le gouvernement du Canada;
- assister aux séances d'information et aux réunions du responsable du projet;
- superviser le travail des entrepreneurs qui ont été approuvés et élaborer les rapports connexes;
- préparer des rapports d'étape et communiquer avec les intervenants subalternes régulièrement;
- fournir une estimation des coûts à la demande du responsable du projet;
- fournir des rapports réguliers sur les coûts, y compris la répartition de ces coûts en fonction de l'effectif, des ressources, des déplacements et des tarifs;
- envoyer par courriel des rapports mensuels provisoires au responsable du projet et donner des détails sur le temps et les ressources utilisées pour fournir les services requis par le Centre de la sécurité des télécommunications;
- consigner les activités et les coûts directs, et particulièrement, le niveau d'effort (temps et ressources) pour livrer les services requis;
- livrer tous les composants requis, tels qu'ils sont décrits dans le présent énoncé des travaux.

4.2 Services de planification de la stratégie et de la campagne

L'entrepreneur doit élaborer une stratégie de campagne générale de même que des plans de marketing pour chacun des exercices. Ceci comprend la transposition des objectifs du Centre de la sécurité des télécommunications dans un plan d'action général pour réaliser la campagne.

La stratégie et les plans doivent contenir, entre autres, les éléments suivants :

- les objectifs de marketing;
- les publics cibles;
- les approches;
- la justification;
- le budget;
- les échéanciers;
- les produits livrables;
- les mesures indiquées et les prochaines étapes;
- les autres renseignements détaillés requis par le responsable du projet.

L'entrepreneur doit examiner l'évaluation annuelle de la campagne pour intégrer les conclusions et les solutions connexes dans les stratégies et les plans de l'année suivante.

4.3 Services liés aux partenariats

Les partenariats ou les ententes de collaboration qui s'inscrivent dans la portée de la campagne peuvent servir à améliorer la visibilité de la campagne et sa réussite générale. Ils peuvent se décliner en plusieurs formes et être établis avec des provinces, des territoires, des municipalités, des associations, des organismes non gouvernementaux ou des partenaires de l'industrie.

Dans le cadre de l'établissement de partenariats, et sous réserve de l'approbation du responsable du projet, l'entrepreneur peut être tenu de superviser divers aspects liés aux partenariats, dont :

- la sélection et la description de partenaires potentiels;
- l'élaboration et la proposition d'objectifs, d'éléments clés et des buts du partenariat;
- l'élaboration et la distribution de la demande de proposition, de la lettre d'entente et des autres documents concernant le partenariat;
- participer à l'évaluation des propositions sous la direction du responsable du projet;
- communiquer avec les partenaires au nom du gouvernement du Canada;
- évaluer les activités du partenaire et en faire le compte rendu au responsable du projet sur le plan du rendement et des résultats.

4.4 Services de production et de création

L'entrepreneur doit produire le matériel créatif de la campagne de sensibilisation du public, en faire la mise en page (de l'ébauche jusqu'à la version finale) et le reproduire aux fins de diffusion.

Pour tout le matériel créatif, et selon les impératifs propres à chacun des supports, l'entrepreneur doit :

- assurer une supervision et une direction des travaux sur le plan de la qualité globale des éléments créatifs, des concepts, de l'élaboration et de la production de tous les produits de marketing et du matériel conçu à l'appui des produits de marketing;
- produire des concepts créatifs sous forme de modèles, de scénarimage, de traitement cinématographique ou de scénarios;
- fournir du matériel créatif pour des essais auprès de groupes cibles dans les deux langues officielles et dans d'autres langues, au besoin;
- réviser et terminer les concepts créatifs en fonction des résultats des essais auprès de groupes cibles et des recommandations du responsable du projet et mettre en œuvre les modifications qui pourraient être requises pendant le processus d'approbation;
- rédiger et réviser le texte, et ce, dès l'étape de l'ébauche jusqu'à la production du matériel définitif;
- assurer la traduction et l'adaptation de tous les textes vers l'autre langue officielle et les langues non officielles, et ce, dès l'étape de l'ébauche jusqu'à la production du matériel définitif;
- produire les graphiques, les photographies et les maquettes jusqu'à l'étape de prépresse pour tout le matériel imprimé;
- produire le scénario, le tournage et la postproduction jusqu'au montage final du matériel vidéo;
- réaliser la conception, la programmation et la mise à l'essai des nouveaux médias et du matériel Internet jusqu'à la publication définitive;
- acquérir tous les droits d'auteur (pour les photos et le matériel artistique) et négocier les honoraires des artistes en respectant les syndicats canadiens s'appliquant (p. ex., l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists [ACTRA], l'Union des Artistes [UDA]);
- remettre une copie originale du cédérom des documents définitifs, y compris tous les fichiers de travail, au responsable du projet;
- gérer le travail des sous-traitants et en faire le contrôle de la qualité.

Tous les services liés au studio, dont l'extraction de fichiers, la gravure de CD, le téléchargement sur extranet, le montage et les modèles pour appuyer la conception du matériel de marketing, doivent être inclus dans la catégorie des services de production, comme il est indiqué ci-dessus.

4.4.1 Contraintes de nature créative

- L'entrepreneur doit consulter le responsable du projet concernant la représentation des groupes issus de minorités.
- Tous les produits de communications, dont les vidéos, doivent contenir le mot-symbole du Canada de même que la signature sociale du Programme de coordination de l'image de marque en question et tout autre logo ou symbole du gouvernement du Canada.

5. Politiques, lois et normes

Pour assurer l'intégrité et l'efficacité des communications du gouvernement du Canada, l'entrepreneur doit fournir des services et produire du matériel en toute conformité aux politiques administratives du gouvernement qui sont publiées par le Conseil du Trésor, notamment :

- la *Politique sur les communications et l'image de marque*, qui permet d'assurer que les communications à l'échelle du gouvernement sont cohérentes, gérées efficacement et répondent à divers besoins en matière d'information et qui énonce les exigences relatives à la conception et à la représentation auxquelles il faut se conformer — <http://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>;
- la *Politique sur les marchés* qui porte sur la qualité et la valeur du travail confié en sous-traitance — www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=14494;
- la *Loi sur les langues officielles* (articles 11, 30 et 41), qui permet de s'assurer de la conformité dans toutes les publicités. De plus, les institutions doivent respecter l'engagement du gouvernement du Canada énoncé dans la Partie VII de la Loi pour favoriser l'épanouissement des communautés de langue officielle en situation minoritaire — <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01>;
- la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, qui permet de veiller à ce que les pratiques adéquates en matière de respect de la vie privée soient intégrées dans le traitement des renseignements personnels et qu'elles soient respectées — <http://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/p-21/index.html>;
- la *Norme sur l'accessibilité des sites Web*, qui permet d'assurer la conformité aux Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0 (www.w3.org/TR/WCAG20) — www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=23601#.

En outre, l'entrepreneur devra s'assurer de la conformité aux lois pertinentes s'appliquant à toutes les collectivités publiques du Canada où le matériel de la campagne sera utilisé.

6. Normes relatives aux rapports et communications

6.1 Plan de travail

L'entrepreneur doit fournir un plan de travail qui décrit les phases de travail, les activités, les échéanciers et les jalons accompagnés des coûts estimés. Le plan de travail doit minimalement comprendre :

- une liste des tâches pour réaliser le travail par étape ou par jalon;
- la durée de chacune des tâches;
- une estimation des coûts de réalisation des tâches, lesquels seront répartis comme suit :
 - le niveau de l'effort (catégories temps et effectif) et les tarifs fixes;
 - les coûts liés à la sous-traitance, s'il y a lieu;
 - les dépenses liées aux déplacements et au logement (s'il y a lieu);
 - les autres dépenses directes, s'il y a lieu.
- Le plan de travail doit être approuvé par le responsable du projet et mis à jour au moins tous les mois.

6.2 Rapports

En matière de production de rapports, il faudra minimalement produire les rapports suivants :

- des rapports d'étape hebdomadaires donnant des renseignements détaillés sur tous les projets en cours et indiquant l'état actuel, les prochaines étapes de même que les dates d'échéance;

- des rapports sur les coûts pour compléter les rapports d'étape, y compris :
 - les coûts réels pour la période couverte par la facture;
 - la répartition des coûts en fonction de l'effectif, des ressources, des déplacements, des tarifs et du niveau d'effort (l'entrepreneur devra faire le suivi du temps séparément pour les composants distincts de la campagne lorsqu'il présentera des rapports);
 - l'estimation des coûts des prochains travaux et les coûts réels sur les travaux déjà effectués;
- les procès-verbaux des réunions et les comptes rendus de décision des réunions;
- des rapports après le lancement de la campagne, selon les besoins;
- le bilan pour évaluer l'atteinte des objectifs de la campagne qui résume la planification, la conception et la mise en œuvre de l'ensemble de la campagne, dont les résultats, les leçons apprises, les recommandations.

Outre la présentation de tous les produits livrables dans les délais impartis et le respect des obligations précisées à toutes les étapes du projet, c'est à l'entrepreneur qu'il incombe d'assurer une communication régulière avec le responsable du projet et de maintenir cette communication en plus de l'informer immédiatement des problèmes, des difficultés et des sources de préoccupation concernant les travaux effectués en vertu du contrat à mesure qu'ils surviennent. Pour terminer, l'entrepreneur devra répondre aux demandes du responsable du projet dès que possible dans les vingt-quatre (24) heures suivant une demande.

La communication se définit comme étant tout effort raisonnable déployé pour informer toutes les parties des plans, des décisions et des approches proposées, de la mise en œuvre des travaux et des résultats en découlant, afin de veiller à ce que le projet progresse bien et conformément aux attentes. Parmi les moyens de communication, il y a les appels téléphoniques, le courrier électronique, les envois postaux et les réunions.

6.3 Réunions

L'entrepreneur doit être prêt à rencontrer le responsable du projet à Ottawa sur demande. Certaines réunions pourront se faire par téléconférence ou en personne et inclure d'autres intervenants. Bon nombre de rencontres serviront à examiner, à évaluer et à peaufiner le matériel créatif de la campagne, ce qui nécessite forcément une collaboration en personne.

L'entrepreneur pourrait aussi se voir demander de donner un certain nombre de présentations tout au long du processus. De plus, il pourrait parfois s'avérer nécessaire d'assister à des réunions urgentes.

7. Normes relatives aux logiciels

À moins d'indication contraire, l'entrepreneur doit avoir acquis minimalement les compétences pour utiliser la suite Adobe Creative qui permettra de concevoir divers produits de marketing. De plus, l'entrepreneur doit pouvoir fournir tous les produits livrables requis dans un format électronique compatible avec la suite de logiciels du Centre de la sécurité des télécommunications, notamment :

- les versions MS Word 2003, MS Word 2010 ou les versions plus récentes pour le traitement de texte;
- les versions MS Excel 2003, MS Excel 2010 ou les versions plus récentes pour les feuilles de calcul;
- les versions MS PowerPoint 2003, MS PowerPoint 2010 ou les versions plus récentes pour les présentations;
- les versions MS Media Player Version 10 (ou plus récente), Flash 8 (ou plus récentes) et les fichiers WMV pour les médias;
- la version 8 d'Adobe Acrobat Reader ou une version ultérieure pour les documents au format pdf.

L'entrepreneur doit aussi avoir l'équipement pour recevoir des documents qui lui seront envoyés dans les formats Word, WordPerfect, PDF, AI (Adobe Illustrator Artwork), EPS (Encapsulated Postscript/Adobe Illustrator), PSD (Photoshop Document), PPT (PowerPoint) et Excel.

En outre, l'entrepreneur doit avoir la capacité de mettre à niveau ses logiciels ou de les changer pour se conformer aux changements effectués par le Centre de la sécurité des télécommunications pendant toute la période prévue au contrat.

8. Achats écologiques

Tous les projets doivent être livrés d'une manière respectueuse de l'environnement, dans la mesure du possible.

- Toute la correspondance et les produits livrables en format non électronique doivent être imprimés sur du papier ayant reçu une certification indiquant qu'il provient de forêts gérées durablement ou sur du papier contenant un minimum de 30 % de contenu recyclé. Le papier doit également avoir été traité sans chlore, si possible.
- Par défaut, le matériel sera imprimé au recto et au verso, sauf indication contraire du responsable du projet.
- Les documents doivent être reproduits en noir et blanc, sauf indication contraire.
- L'entrepreneur sera encouragé à fournir des épreuves pour l'examen et l'approbation du client à l'écran ou par courriel, par CD, DVD ou au format zip, dans la mesure du possible.
- Dans le cas où du matériel imprimé était requis (sauf s'il s'agit d'échantillons créatifs), l'impression se fera au recto et au verso par défaut, sauf indication contraire du responsable du projet.

9. Responsabilités du ministère

Le responsable du projet devra faire ce qui suit :

- coordonner l'ensemble du projet, fournir de l'orientation et des conseils à l'entrepreneur au besoin, examiner et approuver tous les produits livrables qu'il aura reçus;
- examiner et sélectionner le matériel pour que l'entrepreneur puisse le revoir et l'améliorer conformément aux processus et aux échéanciers convenus;
- faire le suivi des progrès et fournir de la rétroaction en temps opportun;
- obtenir l'approbation de la direction du CST, des clients internes et des ministères et organismes partenaires, au besoin;
- fournir l'accès aux résultats de la recherche;
- s'il y a lieu, formuler des recommandations et donner de l'orientation sur l'engagement des partenaires ou sur la conception des produits livrables à l'appui des ententes de collaboration qui concernent précisément la campagne;
- transmettre les identités graphiques du gouvernement du Canada.
- De plus, pour la conception du matériel de marketing le CST et les autres organismes gouvernementaux participant à la campagne devront fournir le contenu disponible (texte dans les deux langues officielles) dans le matériel d'intervention publique déjà conçu sur des thèmes déterminés.

Dès le début du contrat, le CST fournira ce qui suit :

- le matériel sur la campagne *Pensez cybersécurité*;
- les rapports de recherche pertinents qui s'appliquent à la campagne *Pensez cybersécurité*, dont la recherche sur l'opinion publique;
- le matériel de sensibilisation du public qui a déjà été conçu;
- les normes graphiques pour la campagne.

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

9.1 Calendrier du projet

Mesure	Date
1. Réunion de lancement	Cinq jours après l'octroi du contrat
2. Plan de projet	Deux (2) jours après avoir reçu chacune des AT
3. Échéancier du projet	Selon les indications dans chacune des AT
4. Scénarimages / Style graphique	Selon les indications dans chacune des AT
5. Enregistrement d'échantillons de voix / première version du scénario	Selon les indications dans chacune des AT
6. Premier montage	Selon les indications dans chacune des AT
7. Produit final / Matricage	Selon les indications dans chacune des AT

10. Déplacement

Les représentants de l'entrepreneur devront participer à des réunions qui requièrent une collaboration en personne au CST dans la région de la capitale nationale. Tous les déplacements doivent être autorisés par le responsable du projet avant le déplacement ou avant la prise de dispositions relatives au déplacement.

ANNEXE B

BASE DE PAIEMENT

NOTE AUX SOUMISSIONNAIRES :

Les soumissionnaires doivent indiquer un tarif horaire pour chacune des quatre principales catégories de services (voir la table à la section B.1).

B.1 TARIFS HORAIRES FERMES

Les soumissionnaires doivent indiquer les tarifs horaires pour le travail effectué selon les termes du contrat.

Ces tarifs horaires comprennent la main d'œuvre, les avantages sociaux, les dépenses de nature générale et administrative, les coûts indirects, les profits et les autres bénéfices similaires, mais excluent la TPS/TVH, le cas échéant. Toutes les dépenses qui surviennent normalement dans la prestation des services, comme les bureaux nécessaires à la réalisation du projet de même que l'équipement matériel et logiciel de l'entrepreneur (traitement de texte, estimations de travail, photocopies, services de messagerie, frais de téléphonie, déplacements locaux et autres coûts similaires), sont incluses dans ces tarifs fermes indiqués dans la présente. Ces dépenses ne seront donc pas acceptées en tant que coûts directs découlant de l'exécution du contrat.

Le tarif horaire indiqué par le soumissionnaire est ferme et global, car il comprend, entre autres, l'effectif requis, les opérateurs d'équipement, l'équipement, le matériel et les frais applicables. Outre ce tarif, aucun paiement ne pourra être émis pour tout autre frais ou tarif horaire lié à des services**.

*Par « déplacement local », on entend un déplacement de moins de 100 km du siège social d'exploitation du soumissionnaire.

**Les tarifs horaires fermes et globaux ne comprennent pas les coûts engagés pour les voyages ni les autres coûts directs ou coûts de sous-traitance, comme il est indiqué aux sections B.2 (B.2.1 et B.2.2) et B.3 de la présente annexe B (Base de paiement).

L'entrepreneur n'est pas autorisé à appliquer un tarif horaire lorsqu'il prépare des estimations de travail en vue des autorisations de travaux.

Les tarifs doivent être indiqués en devises canadiennes et doivent inclure les droits de douane. La taxe sur les produits et services de même que la taxe de vente harmonisée sont en sus, le cas échéant.

Note : Les soumissionnaires doivent inclure tous les frais de l'agence dans leur tarif horaire. Outre ce tarif, aucun paiement ne pourra être émis pour tout autre frais de l'agence ou commission.

Catégorie de service	Nom de la ou des ressources	Contrat initial (attribution du contrat - 31 mars 2020)	Délai de l'option 1 (1 ^{er} avril 2020 - 31 mars 2021)	Délai de l'option 2 (1 ^{er} avril 2021- 31 mars 2022)
		Taux horaires	Taux horaires	Taux horaires
Services de gestion de compte et de coordination	À indiquer dans chacune des AT	\$	\$	\$
Services de planification de la stratégie et de la campagne	À indiquer dans chacune des AT	\$	\$	\$
Services liés aux partenariats	À indiquer dans chacune des AT	\$	\$	\$
Services de production et de création	À indiquer dans chacune des AT	\$	\$	\$

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

B.2 COÛTS DE PRODUCTION

Les coûts de production sont les coûts associés aux activités et aux produits de marketing. Ils excluent les services et les honoraires qui sont facturés en fonction du tarif horaire (B.1).

Les coûts de production seront remboursés au prix coûtant, en tant que services sous-traités et coûts directs.

B.2.1 SERVICES SOUS-TRAITÉS

Toute dépense réelle que l'entrepreneur aura engagée de façon légitime et raisonnable pour acquérir des biens et des services auprès de fournisseurs externes sera remboursée au prix coûtant dudit fournisseur, moins toute remise commerciale ou remise pour paiement rapide.

POUR TOUT SERVICE SOUS-TRAITÉ DONT LE COÛT DÉPASSE 25 000 \$ (TPS et TVH incluses)

L'entrepreneur devra obtenir des offres concurrentielles de la part d'au moins trois (3) fournisseurs externes. L'entrepreneur doit fournir à l'autorité contractante et au chargé de projet le nom des fournisseurs qui ont présenté ces offres, le montant total de ces offres, les critères de sélection et les résultats. Un service sous-traité de plus de 25 000 \$ (TPS et TVH incluses) s'applique à la valeur totale combinée de chaque service sous-traité dans le cadre d'une autorisation de tâche subséquente au contrat.

B.2.2 COÛTS DIRECTS

L'entrepreneur se verra rembourser tout coût direct, raisonnable et légitime, qu'il aura dû payer pour réaliser les travaux. Ces dépenses seront remboursées au coût réel sans majoration et sur présentation d'un relevé détaillé appuyé par des pièces justificatives si les services sont prévus dans l'autorisation des travaux approuvée en vertu du contrat. Ces coûts directs doivent avoir été autorisés au préalable par le chargé de projet.

B.3 FRAIS DE DÉPLACEMENT ET DE SÉJOUR

L'entrepreneur se verra rembourser les frais de déplacement et de séjour autorisés qu'il aura engagés de façon raisonnable et légitime dans le but de réaliser les travaux, au prix coûtant. Toutefois, il ne pourra pas réclamer ni profits ni frais généraux. Ces remboursements seront effectués conformément aux indemnités prévues pour les frais accessoires, pour les frais de repas et pour l'utilisation d'un véhicule privé dans les appendices B, C et D de la Directive sur les voyages du Conseil national mixte <http://www.njc-cnm.gc.ca/directive/travelvoyage/index-eng.php> et conformément aux autres dispositions de la directive qui concernent les voyageurs et non pas les employés.

Tous les paiements peuvent faire l'objet d'une vérification par le gouvernement du Canada.

Tous les déplacements doivent avoir été autorisés au préalable par le chargé de projet.

ANNEXE C

ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

1. ÉVALUATION TECHNIQUE

1.1 Définition de la terminologie

Campagne numérique de sensibilisation du public est définie comme étant :

- campagne ayant pour but de sensibiliser les gens, de changer leur attitude ou de modifier leur comportement;
- campagne s'appuyant sur la conception d'au moins deux (2) tactiques ou produits numériques, dont du contenu évolutif sur les médias sociaux, de l'infographie, des vidéos et du contenu Web.

Campagne avec partenaires est définie comme étant:

- campagne s'appuyant sur la conception et la réalisation de tactiques ou de productions de marketing conjointement avec au moins un (1) organisme partenaire (p. ex., une entreprise du secteur privé, un organisme à but non lucratif, un organe de presse) ou une personne (p. ex., une personnalité publique, un influenceur sur les médias sociaux).

Campagne nationale *Pensez cybersécurité* est définie comme étant:

- campagne du gouvernement du Canada visant à sensibiliser les Canadiens à la sécurité sur Internet et à leur proposer des moyens simples pour se protéger en ligne.

1.2 CRITÈRES TECHNIQUES OBLIGATOIRES

Les soumissionnaires doivent répondre à toutes les exigences de la demande de propositions (DP). Les soumissions qui ne répondent pas à tous les critères obligatoires d'admissibilité ne seront pas acceptées.

Pour être recevable, l'expérience du soumissionnaire doit répondre aux exigences décrites dans la présente et doit concerner des travaux qu'il a effectués dans le cadre de contrats conclus avec des clients externes. Pendant le processus d'évaluation des soumissions, aucune expérience acquise par l'entreprise dans le cadre d'un travail effectué pour des clients internes ne sera acceptée. Aucune soumission ne pourra faire l'objet d'un nouvel examen. Dans le cas d'une coentreprise, l'expérience combinée des diverses parties sera prise en compte dans l'évaluation de l'expérience du soumissionnaire.

Si aucune donnée complémentaire n'est présentée pour appuyer une expérience, notamment en décrivant l'endroit où l'expérience a été acquise ou la façon dont elle a été acquise, l'expérience ne sera pas acceptée aux fins de l'évaluation.

Définition de la terminologie dans le contexte de l'évaluation:

Client externe : client qui ne fait pas partie de l'entité juridique du soumissionnaire ou des entités du partenariat dont fait partie le soumissionnaire. Les sociétés mères, les filiales et toute autre société affiliée ne sont pas considérées comme des clients externes.

Client interne : client qui fait partie de l'entité juridique du soumissionnaire ou des entités du partenariat dont fait partie le soumissionnaire. Les sociétés mères, les filiales et toute autre société affiliée sont considérées comme des clients externes.

Série : groupe de vidéos abordant un traitement vidéo commun ou un thème commun.

Par « **contenu créatif et captivant** », on entend tout contenu unique, original et remarquable et tout contenu qui permet de remettre en question les présuppositions, qui inspire et motive les gens, qui fait la promotion des liens interpersonnels et qui permettrait de voir le monde sous un angle positif.

Critères d'évaluation	Critère satisfait	Critère non satisfait
O.1 — OFFRE FINANCIÈRE		
Le soumissionnaire doit fournir de l'information sur les prix conformément à l'annexe B sur la base de paiement. Toute modification par rapport au barème de prix rendra la soumission non recevable.		
COMMENTAIRES		

Critères d'évaluation	Critère satisfait	Critère non satisfait
O.2 — EXPÉRIENCE DE L'ENTREPRISE		
<p>Le soumissionnaire doit donner deux (2) exemples de campagnes différentes et les décrire. Ces exemples doivent démontrer son expérience dans les domaines de spécialité suivants.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Créativité 2. Vision stratégique 3. Résultats <p>Ces deux campagnes qu'il présente à titre d'exemple doivent être terminées et avoir été produites au cours des quatre (4) années précédant la date limite pour présenter les soumissions.</p> <p>Pour démontrer son expérience, les exemples de campagne terminée du soumissionnaire doivent répondre aux critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ un (1) exemple doit concerner une campagne numérique de sensibilisation du public dans le but d'informer le public et d'influencer l'action publique; ▪ un (1) exemple doit porter sur une campagne avec partenaires. <p>L'un des deux exemples de campagne ci-dessus doit aussi concerner une campagne de marketing et de publicité terminée à l'échelle nationale s'adressant à un public canadien dans les deux langues officielles du Canada, soit l'anglais et le français.</p> <p>Cette campagne doit avoir été conçue initialement dans les deux langues officielles du Canada, sinon le soumissionnaire doit avoir adapté le texte et la conception pour bien représenter les deux langues. Pour la vidéo, il est acceptable de soumettre le scénarimage avec le texte adapté, alors que pour l'audio, il est acceptable de soumettre le script écrit et adapté.</p>		

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

Les renseignements suivants doivent être fournis pour chacun des exemples de campagne :

- le nom du client;
- les dates de la campagne;
- la région géographique visée par la campagne;
- les médias utilisés;
- le budget de production (veuillez préciser : moins de 25 k\$, 25 k\$ - 50 k\$, 40 k\$ - 50 k\$ - 100 k\$, plus de 100 k\$) et le problème opérationnel à régler au moyen des activités de marketing et publicitaires;
- les motifs de chacune des démarches créatives (logique sous-jacente à la méthode de création);
- une description de la démarche créative;
- une description de la démarche stratégique;
- une description du message désiré ou l'impression que l'on a voulu donner au public cible;
- une description de la façon dont la stratégie a permis d'atteindre les objectifs de la campagne.

Les exemples fournis dans les critères d'évaluation techniques obligatoires feront l'objet d'une évaluation plus poussée au moyen de critères d'évaluation technique cotés par points. Si plus de deux exemples sont soumis, le soumissionnaire doit clairement indiquer les exemples qui doivent faire l'objet de l'évaluation. Si le soumissionnaire n'indique pas clairement les exemples qui doivent être évalués, seuls les deux premiers exemples énumérés dans la soumission seront évalués. Seuls deux exemples feront l'objet de l'évaluation.

COMMENTAIRES

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

Critères d'évaluation	Critère satisfait	Critère non satisfait
O.3 – EFFECTIF PRINCIPAL		
<p>Le soumissionnaire doit fournir l'effectif principal pour exécuter le travail décrit à l'énoncé des travaux (Annexe A). L'effectif doit être composé minimalement des spécialistes suivants :</p> <ul style="list-style-type: none">- une (1) ressource pour fournir des services de création;- une (1) ressource pour assurer la gestion de compte. <p>L'effectif ainsi proposé dans chacune de ces catégories doit correspondre aux ressources qui seront affectées au travail qui sera réalisé dans le cadre du contrat subséquent.</p> <p>Les ressources proposées doivent avoir acquis minimalement l'expérience suivante par catégorie :</p> <ul style="list-style-type: none">▪ services de création — cinq (5) ans à titre de vice-président des services de création, de directeur de la création, de directeur administratif de la création, de directeur du groupe de la création ou l'équivalent;▪ gestion de compte — deux (2) ans à titre de chargé de compte, de coordonnateur de compte ou l'équivalent. <p>L'équipe proposée par le soumissionnaire doit comprendre également la capacité de fournir des services de création dans les deux langues officielles du Canada.</p>		
COMMENTAIRES		

LES SOUMISSIONS QUI NE RÉPONDENT PAS À TOUS LES CRITÈRES OBLIGATOIRES D'ADMISSIBILITÉ NE SERONT PAS ACCEPTÉES.

CRITÈRES TECHNIQUES COTÉS

Seules les propositions qui répondent d'abord aux critères obligatoires seront admissibles à la deuxième étape du processus d'évaluation, soit l'évaluation technique cotée par points.

Pour avoir une soumission conforme, le soumissionnaire doit obtenir globalement au moins **231 points** à l'évaluation technique des critères cotés. L'échelle de l'évaluation comporte **385 points**. Les soumissions qui n'obtiennent pas globalement **231** points à l'évaluation technique des critères cotés ne seront pas retenues.

Les soumissionnaires sont priés de répondre à chacune des exigences de façon suffisamment exhaustive pour permettre une analyse et une évaluation complètes.

Les propositions seront évaluées en fonction de leur exhaustivité et du degré de précision fourni pour répondre aux exigences cotées. Par exemple, si la description d'un processus ou d'une procédure est exigée, les diverses étapes que le soumissionnaire a réalisées pour répondre à l'exigence (description détaillée à l'annexe A sur l'énoncé des travaux) doivent être décrites.

Les commentaires généraux sont donc à éviter, car ils ne fournissent pas de détails qui peuvent être évalués par rapport à la description de l'exigence. Ils ne peuvent donc pas être évalués pour déterminer leur pertinence par rapport à cette exigence, comme le précise l'EDT.

1.3 CRITÈRES TECHNIQUES COTÉS PAR POINTS

Les soumissions seront évaluées et cotées en fonction de critères d'évaluation précis décrits dans la section ci-dessous. Pour être conforme, le soumissionnaire doit obtenir au moins 60 % des points pour chacun des critères évalués et cotés par points.

Critères cotés	Minimum de points requis	Maximum des points
C.1 Expérience du soumissionnaire		
1. Campagne de sensibilisation numérique	60	100
Créativité	33	55
Vision stratégique	18	30
Résultats	9	15
2. Campagne avec partenaires	60	100
Créativité	33	55
Vision stratégique	18	30
Résultats	9	15
C.2 Effectif principal	30 points pour toutes les catégories	50 points pour toutes les catégories
Services de création	15	25
Gestion des comptes	15	25
C.3 Compréhension de l'exigence	81	135
Vision du projet	33	55
Compréhension de l'environnement public	12	20
Systèmes de gestion	18	30
Les processus d'assurance de la qualité sur les plans de la linguistique, de l'adaptation créative et de la conception technique	18	30
Total	231	385

1.4 CRITÈRES TECHNIQUES COTÉS PAR POINTS

Les exemples d'expérience du soumissionnaire fournis à la section sur le critère **O.2** feront l'objet d'une évaluation plus poussée au moyen des critères cotés suivants :

C.1 EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE

C.1.1 Créativité — maximum : 55 points

- La campagne s'appuie sur des éléments visuels et des messages novateurs et originaux qui permettent au soumissionnaire de se démarquer des autres concurrents - **maximum : 20 points.**
- La campagne démontre de la souplesse et comporte des idées créatives pouvant s'appliquer à de nombreuses plateformes médiatiques - **maximum : 20 points.**
- La présentation de la campagne et les résultats en découlant démontrent la qualité du produit (p. ex., l'animation, l'interprétation des artistes, la voix hors champ, les effets sonores et visuels, le choix des artistes, la direction artistique, la cinématographie, l'ensemble de la technique et la photographie) et l'exécution technique sans faille dans tous les médias utilisés - **maximum : 15 points.**

C.1.2 Vision stratégique - maximum : 30 points

- La campagne indique clairement les objectifs de communication, les messages et les appels à l'action. La représentation de la marque et l'identité organisationnelle sont également clairement indiquées - **maximum : 10 points.**
- La campagne inclut un énoncé complet démontrant une compréhension des occasions et des défis du marketing lié à la sécurité publique - **maximum : 10 points.**
- La campagne démontre une orientation stratégique, notamment grâce à l'élaboration d'indicateurs clés de rendement pertinents et à l'atteinte des résultats de la campagne, dès l'étape de la planification stratégique jusqu'à l'exécution - **maximum : 10 points.**

C.1.3 Résultats - maximum: 15 points

- Les exemples montrent en quoi les résultats correspondent aux objectifs de la campagne énoncés - **maximum : 15 points.**

C.2 EFFECTIF PRINCIPAL

Les CV doivent être limités à deux (2) pages et fournir les renseignements suivants :

- la catégorie de services pour laquelle la personne est proposée;
- le nombre d'années d'expérience dans le domaine du marketing;
- le nombre d'années d'expérience dans la catégorie de services proposée;
- la reconnaissance des titres de compétence, le perfectionnement professionnel connexe et les prix reçus;
- le niveau de compétence en anglais et français;
- deux (2) exemples de projets terminés au cours des quatre (4) années précédant la date limite de présentation des soumissions. Ces exemples doivent démontrer les compétences spécialisées de la personne dans le domaine. Chaque exemple devrait fournir des détails sur la portée et la grandeur du projet de même que sur les rôles et la contribution de la personne. Au moins un (1) de ces exemples doit porter sur une campagne nationale qui s'adressait à des auditoires anglais et français.

Les personnes qui satisfont au critère relatif au nombre d'années en poste seront évaluées comme suit :

C.2.1 Direction créative - maximum : 25 points

- Nombre d'années dans le domaine du marketing : 5-6 ans; 7-9 ans; 10 ans et plus (**maximum : 6 points**);
 - 5-6 ans : 2 points
 - 7-9 ans : 4 points
 - 10 ans et plus : 6 points
- Combinaison judicieuse de formation universitaire, de reconnaissance des titres de compétence et d'activités professionnelles (hormis la lecture de publications spécialisées et autres activités connexes, par « activités professionnelles », on entend tout effort visant à maintenir et à améliorer les compétences et les connaissances, y compris l'enseignement dans un domaine pertinent, les prix et récompenses s'ils sont pertinents, c'est-à-dire s'ils concernent précisément les fonctions de la personne qui a participé au projet primé); - **maximum de 5 points**.
- Compétences spécialisées et démontrées grâce aux fonctions assumées par la personne et à sa contribution à la réalisation des deux (2) exemples de projet dans son CV. (Veuillez décrire précisément le rôle et la contribution de la personne et non pas ceux de l'agence; veuillez décrire la façon dont la contribution de la personne a dépassé les compétences spécialisées attendues dans les projets présentés à titre d'exemple; veuillez décrire les répercussions de cette contribution sur les résultats du projet.) - **7 points pour chacun des deux exemples de projet (maximum : 14 points)**.

C.2.2 Gestion de compte - maximum : 25 points

- Nombre d'années dans le domaine du marketing : 3-5 ans; 6-9 ans; 10 ans et plus, **maximum de 6 points**;
 - 5-6 ans : 2 points
 - 7-9 ans : 4 points
 - 10 ans et plus : 6 points
- Combinaison judicieuse de formation universitaire, de reconnaissance des titres de compétence et d'activités professionnelles (hormis la lecture de publications spécialisées et autres activités connexes, par « activités professionnelles », on entend tout effort visant à maintenir et à améliorer les compétences et les connaissances, y compris l'enseignement dans un domaine pertinent, les prix et récompenses s'ils sont pertinents, c'est-à-dire s'ils concernent précisément les fonctions de la personne qui a participé au projet primé); - **maximum de 5 points**.
- Compétences spécialisées et démontrées grâce aux fonctions assumées par la personne et à sa contribution à la réalisation des deux (2) exemples de projet dans son CV (veuillez décrire précisément le rôle et la contribution de la personne et non pas ceux de l'agence. De plus, veuillez décrire comment la contribution de la personne a dépassé les compétences spécialisées attendues dans les exemples de projet et les répercussions de cette contribution sur les résultats du projet.) — **7 points pour chacun des deux exemples de projet (maximum : 14 points)**.

C.3 COMPRÉHENSION DES EXIGENCES - maximum : 130 points

Le soumissionnaire doit définir une démarche et une méthodologie pour réaliser les travaux qui permettent de démontrer sa compréhension de la portée du projet, une évaluation des risques liés à la réalisation de campagnes de marketing intégrées et les difficultés potentielles liées à cette réalisation dans les limites imposées par l'échéancier et par le caractère bilingue du message, comme le décrit l'énoncé des travaux.

La démarche et la méthodologie seront évaluées en fonction des aspects ci-dessous.

C.3.1 Vision du projet - maximum : 55 points

- Indiquer une compréhension du marketing ciblé pour divers publics canadiens (p. ex., les jeunes familles, les enfants de moins de 18 ans, les jeunes adultes de 18 à 24 ans, etc.) - **maximum : 15 points.**
- Expliquer l'approche et les processus qui seront utilisés pour élaborer une stratégie de marketing intégrée, les principales idées de la campagne et la direction créative de la campagne - **maximum : 15 points**
- Démontrer une compréhension claire de la portée du travail au moyen d'un échéancier provisoire de campagne de production, dont toutes les tactiques recommandées et la mise en œuvre progressive des recommandations au sujet des multimédias (s'il y a lieu) - **maximum : 15 points.**
- Décrire la méthode d'évaluation et d'optimisation de la campagne pour assurer les meilleures chances de succès et indiquer le moment de mise en œuvre de cette méthode - **maximum : 10 points.**

C.3.2 Compréhension de l'environnement public - maximum : 20 points

- Démontrer une bonne compréhension de l'environnement public actuel en ce qui a trait aux problèmes liés à la sécurité publique ou plus particulièrement à la cybersécurité dans un contexte social, technologique, économique et politique - **maximum : 20 points.**

C.3.3 Systèmes de gestion - maximum : 30 points

- Décrire la façon dont le soumissionnaire affectera les ressources aux projets, estimera avec précision les coûts et assurera une gestion adéquate des risques et des excédents potentiels. Décrire la façon dont les budgets et les calendriers de production seront gérés, y compris la prise en compte de plans d'urgence et de possibles retards imprévus dans la réalisation du projet — **maximum : 15 points.**
- Décrire les systèmes et les processus de gestion de projets qui s'appuient sur les mêmes ressources ou sur des ressources multiples de même que la démarche pour maintenir la pleine capacité de l'équipe tout en s'assurant de l'efficacité et de la rentabilisation - **maximum : 10 points.**
- Décrire la façon dont le soumissionnaire cherchera à établir des partenariats commerciaux adéquats et arrivera à les nouer pour réaliser le travail - **maximum : 5 points.**

C.3.4 Processus d'assurance de la qualité sur les plans de la linguistique, de l'adaptation créative et de la conception technique - 30 points.

- Décrire les processus d'assurance de la qualité s'appliquant à la traduction ou à l'adaptation du matériel créatif dans l'une des deux combinaisons de langues officielles ou vers d'autres langues pour divers groupes ethniques ou les processus s'appliquant au matériel créatif conçu simultanément dans les deux langues officielles : **maximum : 15 points.**
- Décrire les processus techniques d'assurance de la qualité pour assurer une bonne détection des erreurs et des bogues techniques et pour assurer une classification et une priorisation en matière de traitement des problèmes dans des systèmes de suivi officiels - **maximum : 15 points.**

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

La grille suivante servira à évaluer chacun des critères d'évaluation cotés par points.

Pourcentage du total des points	Niveau d'évaluation
0 %	Inacceptable — description très limitée de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Faiblesses ou lacunes considérables qui posent un ou des risques majeurs par rapport à la réalisation du projet.
60 %	Satisfaisant — description partielle de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Faiblesses ou lacunes légères qui posent un ou des risques mineurs par rapport à la réalisation du projet.
80 %	Bon — description complète de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères. Faiblesses ou lacunes mineures qui ne poseront vraisemblablement pas de risque à la réalisation du projet.
100 %	Excellent — description exhaustive de la façon dont le soumissionnaire répond aux critères ou les dépasse tous. Aucune lacune ou faiblesse évidente. Aucun risque inhérent à la réalisation du projet.

**ANNEXE "D" de la PARTIE 5 de la DEMANDE DE SOUMISSIONS
PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI
- ATTESTATION**

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

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

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

Compléter à la fois A et B.

A. Cochez seulement une des déclarations suivantes :

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

N° de l'invitation - Sollicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

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 tels qu'il est défini au paragraphe 1 de la clause [A3050T](#).

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

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

 No - Non 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)

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

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

N° de l'invitation - Solicitation No.
2L165-190429/A
N° de réf. du client - Client Ref. No.
2L165-190429

N° de la modif - Amd. No.
File No. - N° du dossier
CX031.2L165-190429

Id de l'acheteur - Buyer ID
CX031
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

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 :

- Carte d'achat VISA ;
- Carte d'achat MasterCard ;
- Dépôt direct (national et international) ;
- Échange de données informatisées (EDI) ;