



**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 AAFC Buy Canadian	
Solicitation No. - N° de l'invitation 01B68-200788/A	Date 2020-01-17
Client Reference No. - N° de référence du client 01B68-20-0788	
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CZ-002-78355	
File No. - N° de dossier cz002.01B68-200788	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2020-02-18	Time Zone Fuseau horaire Eastern Standard Time EST
F.O.B. - F.A.B. Plant-Usine: <input type="checkbox"/> Destination: <input type="checkbox"/> Other-Autre: <input type="checkbox"/>	
Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à: Ivany, Chris	Buyer Id - Id de l'acheteur cz002
Telephone No. - N° de téléphone (613) 993-0048 ()	FAX No. - N° de FAX (613) 949-1281
Destination - of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction: DEPARTMENT OF AGRICULTURE AND AGRI-FOOD 1305 Baseline Road Tower 5 Floor 2 Room 347 Attn: Kyle Harrington 613-773-0732 OTTAWA Ontario K1A0C5 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



Item Article	Description	Dest. Code Dest.	Inv. Code Fact.	Qty Qté	U. of I. U. de D.	Destination	Unit Price/Prix unitaire FOB/FAM	Plant/Usine	Del. Offered Liv. offerte
1	Advertising	01B68	01B68	1	Each	\$	\$	See Herein	

TABLE DES MATIÈRES

PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

- 1.1 Introduction
- 1.2 Sommaire
- 1.3 Compte rendu
- 1.4 Recours des fournisseurs relatifs au processus d'approvisionnement

PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES

- 2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées
- 2.2 Présentation des soumissions
- 2.3 Ancien fonctionnaire
- 2.4 Demandes de renseignements en période de soumissions
- 2.5 Lois applicables
- 2.6 Améliorations apportées au besoin pendant la période de soumissions
- 2.7 Fondement du titre du Canada sur les droits de propriété intellectuelle

PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS

- 3.1 Instructions pour la préparation des soumissions

PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

- 4.1 Procédures d'évaluation
- 4.2 Méthode de sélection

PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

- 5.1 Attestations exigées avec la soumission
- 5.2 Attestations préalables à l'attribution du contrat et renseignements supplémentaires

PARTIE 6 – EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ, EXIGENCES FINANCIÈRES ET AUTRES EXIGENCES

- 6.1 Capacité financière

PARTIE 7 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

- 7.1 Énoncé des travaux
- 7.2 Clauses et conditions uniformisées
- 7.3 Exigences relatives à la sécurité
- 7.4 Durée du contrat
- 7.5 Responsables
- 7.6 Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires
- 7.7 Paiement
- 7.8 Facturation
- 7.9 Attestations et renseignements supplémentaires
- 7.10 Lois applicables
- 7.11 Ordre de priorité des documents
- 7.12 Ressortissants étrangers (entrepreneur canadien)
- 7.13 Assurances
- 7.14 Intérêts conflictuels

LISTE DES ANNEXES

Annexe "A" Énoncé des travaux

Annexe "B" Base de paiement

Annexe "C" Formulaire d'Autorisation de tâches

Annexe "D" Instruments de paiement électronique

Annexe "E" Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation

Annexe "F" Évaluation technique et financière

PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1.1 Introduction

La demande de soumissions contient sept parties, ainsi que des pièces jointes et des annexes. 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, les clauses et les conditions relatives à la demande de soumissions;
- Partie 3 Instructions pour la préparation des soumissions : donne aux soumissionnaires des instructions relatives à la préparation de leur soumission;
- Partie 4 Procédures d'évaluation et méthode de sélection : décrit la façon dont se déroulera l'évaluation, et présente les critères d'évaluation auxquels doit répondre la soumission, ainsi que la méthode de sélection;
- Partie 5 Attestations et renseignements supplémentaires : renferme une description des attestations et des autres renseignements à fournir;
- Partie 6 Exigences relatives à la sécurité, exigences financières et autres exigences : comprend des exigences particulières auxquelles les soumissionnaires doivent répondre;
- Partie 7 Clauses du contrat subséquent : contient les clauses et les conditions qui s'appliqueront à tout contrat subséquent.

Les annexes comprennent l'énoncé des travaux, la base de paiement, le formulaire d'autorisation de tâches, les instruments de paiement électronique, l'attestation du Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi et l'évaluation technique et financière.

1.2 Sommaire

Dans le budget de 2019, le gouvernement du Canada s'est engagé à investir 25 millions de dollars sur cinq ans pour permettre à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), dans le cadre de la Politique alimentaire pour le Canada, de créer une solution nationale visant à mieux faire connaître le système alimentaire du Canada, son agriculture, ses produits alimentaires et ses produits de la mer aux Canadiens et à susciter la fierté de ceux-ci.

La campagne de promotion pour l'achat de produits canadiens sera une solution nationale coordonnée dirigée par AAC et elle :

- racontera l'histoire du secteur alimentaire canadien et soulignera les avantages de ses produits, et suscitera la fierté des Canadiens;
- accroîtra la confiance en assurant la transparence sur le lieu et la méthode de production des aliments;
- présentera les investissements fédéraux et sectoriels visant à améliorer continuellement les pratiques de production et le système alimentaire canadien;
- fera reconnaître le travail des producteurs canadiens et renforcera la confiance du public;
- fera la promotion des produits canadiens sur le marché canadien.

La campagne comprendra les composantes suivantes :

- actualisation de l'image, du message et des produits promotionnels de la marque d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (marque du Canada);

- collaboration avec l'industrie et l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) visant à aider les Canadiens à reconnaître adéquatement les produits alimentaires canadiens lorsqu'ils font leurs courses (lignes directrices sur l'allégation « Produit du Canada »);
- collaboration avec l'industrie et les consommateurs pour déterminer de quelle façon les systèmes d'assurance et d'autres efforts visant à renforcer la confiance du public peuvent contribuer à soutenir la marque;
- élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de marketing.

Les exigences de ce projet seront principalement axées sur la conception et la mise en œuvre d'une stratégie de marketing. La période de prestation de services pour la campagne de marketing social et de publicité s'échelonne de la date d'octroi du contrat jusqu'au 31 mars 2021, et pourrait être prolongée de trois (3) périodes d'un (1) an, soit jusqu'au 31 mars 2024.

La valeur du budget média annuel est estimée entre 1 500 000 \$ et 4 000 000 \$.

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

Ce besoin est limité aux services canadiens.

Une exigence du Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi est associée au présent besoin; veuillez-vous reporter à la partie 5, Attestations, à la partie 7, Clauses du contrat subséquent, et à l'annexe intitulée « Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation ».

Cette demande de soumission permet aux soumissionnaires d'utiliser le service Connexion postel offert par la Société canadienne des postes pour présenter une soumission par voie électronique. 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.

La présente demande de soumissions vise à établir un contrat comportant des autorisations de tâches pour la livraison du besoin décrit dans la demande de soumissions aux utilisateurs désignés, et ce, partout au Canada, sauf dans les zones visées par des ententes sur les revendications territoriales globales (ERTG) au Yukon, dans les Territoires du Nord-Ouest, au Nunavut, au Québec et au Labrador. Toute demande de livraison dans les zones visées par des ERGT au sein du Yukon, des Territoires du Nord-Ouest, du Nunavut, du Québec ou du Labrador, devra faire l'objet de marchés distincts, attribués en dehors du contrat subséquent.

1.3 Compte rendu

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

PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES

2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées

Toutes les instructions, clauses et conditions indiquées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre se trouvent 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](#), (2019-03-04) Instructions uniformisées – Biens ou services – Besoins concurrentiels, est incorporé par renvoi dans la demande de soumissions et en fait partie intégrante.

La sous-section 5.4 du document [2003](#), Instructions uniformisées – Biens ou services – Besoins concurrentiels, est modifiée comme suit :

Supprimer : 60 jours

Insérer : 365 jours

2.2 Présentation des soumissions

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

Remarque : Pour les soumissionnaires qui choisissent d'utiliser Connexion postel pour la clôture des soumissions au Module de réception des soumissions de la région de la capitale nationale (RCN), l'adresse électronique est :

tpsgc.dgareceptiondessoumissions-abbidreceiving.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca

Remarque : les soumissions envoyées directement à cette adresse courriel ne seront pas acceptées. Cette adresse courriel doit être utilisée pour ouvrir une conversation Connexion postel, comme décrit dans les instructions uniformisées [2003](#), ou pour envoyer des soumissions dans un message Connexion postel si le soumissionnaire utilise sa propre licence d'utilisateur de Connexion postel.

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 huit (8) jours civils avant la date de clôture des soumissions. Les demandes de renseignements reçues après ce délai pourraient demeurer sans réponse.

Les soumissionnaires doivent citer le plus fidèlement possible le numéro de l'article de la demande de soumissions auquel se rapporte leur demande de renseignements. Les soumissionnaires doivent prendre soin d'énoncer chaque question de façon 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 encore demander au soumissionnaire de le faire, afin d'en éliminer le caractère exclusif et ainsi de permettre la transmission des réponses à tous les soumissionnaires. Le Canada pourrait ne pas répondre aux demandes de renseignements dont la formulation ne permettrait 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 remplacer les lois applicables de la province canadienne susmentionnée par celles de la province ou du territoire de leur choix, sans compromettre la validité de leur soumission, en supprimant le nom de la province ou du territoire indiqué et en insérant le nom de la province ou du territoire de leur choix. Si aucun changement n'est apporté, cela signifie que les soumissionnaires acceptent les lois applicables indiquées.

2.6 Améliorations apportées au besoin pendant la période de soumission

Les soumissionnaires qui estiment pouvoir améliorer, techniquement ou technologiquement, le devis descriptif ou l'énoncé des travaux contenu dans la demande de soumissions sont invités à fournir des suggestions par écrit à l'autorité contractante désignée dans la demande de soumissions. Ils doivent expliquer clairement les améliorations suggérées et les motifs qui les justifient. Les suggestions qui ne restreignent pas la concurrence ou qui ne favorisent pas un soumissionnaire en particulier seront examinées à la condition qu'elles parviennent à l'autorité contractante au plus tard 20 jours avant la date de clôture de la demande de soumissions. Le Canada aura le droit d'accepter ou de rejeter n'importe laquelle ou la totalité des suggestions proposées.

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

Le ministère des Travaux publics et des Services gouvernementaux a déterminé que tout droit de propriété intellectuelle découlant de l'exécution des travaux prévus au contrat sera dévolu au Canada, au motif suivant : le matériel créé ou conçu se compose de matériel protégé par le droit d'auteur, sauf dans le cas des logiciels et de la documentation s'y rapportant.

PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS

3.1 Instructions pour la préparation des soumissions

Si le soumissionnaire choisit de transmettre sa soumission par voie électronique, le Canada exige qu'il respecte l'article 08 des instructions uniformisées 2003. Le système Connexion postel a une limite de 1 Go par message envoyé et une limite de 20 Go par conversation.

La soumission doit être séparée par sections, 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 (5 copies papier et 1 copie électronique sur clé USB);
Section II : Soumission financière (1 copie papier et 1 copie électronique sur clé USB);
Section III : Attestations (1 copie papier et 1 copie électronique sur clé USB).

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

Si le soumissionnaire transmet simultanément des copies de sa soumission en utilisant plusieurs moyens de livraison acceptables, et s'il y a un écart entre le libellé de l'une de ces copies et la copie électronique fournie par le service Connexion postel, le libellé de la copie électronique fournie par le service Connexion postel aura préséance.

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.

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. Ils doivent montrer avec exhaustivité, concision et clarté leur capacité à effectuer les travaux.

La soumission technique devrait aborder clairement et de façon suffisamment approfondie les points qui sont assujettis aux critères d'évaluation de la soumission. 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 redondances, les soumissionnaires peuvent faire référence à différentes sections de leur soumission en indiquant le numéro du paragraphe et de la page où le sujet visé est déjà traité.

Section II : Soumission financière

3.1.1 Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière conformément à l'annexe B, Base de paiement.

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 « D » Instruments de paiement électronique, afin d'identifier lesquels sont acceptés.

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

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

3.1.3 Atténuation des risques associés à la fluctuation du taux de change

[C3011T](#) (2013-11-06) Fluctuation du taux de change

Section III : Attestations

Les soumissionnaires doivent présenter les attestations et les autres renseignements exigés à la partie 5.

PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

4.1 Procédures d'évaluation

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

4.1.1 Évaluation technique

Les critères techniques obligatoires et les critères techniques cotés sont inclus dans l'annexe « F ».

4.1.2 Évaluation financière

Les critères d'évaluation financière sont inclus dans l'annexe « F »

4.2 Méthode de sélection

1. Pour être déclarée recevable, une soumission doit :
 - (a) respecter toutes les exigences de la demande de soumissions;
 - (b) satisfaire à tous les critères obligatoires; et
 - (c) obtenir le nombre minimal de points exigés pour chacun des critères d'évaluation techniques cotés.

L'échelle de cotation compte 20 points.

Les soumissions qui ne répondent pas aux exigences (a) ou (b) ou (c) seront déclarées non recevables.

2. La sélection sera faite en fonction du meilleur résultat global sur le plan du mérite technique et du prix. Une proportion de 80 % sera accordée au mérite technique et une proportion de 20 % sera accordée au prix.
3. Afin de déterminer la note pour le mérite technique, la note technique globale de chaque soumission recevable sera calculée comme suit : le nombre total de points obtenus sera divisé par le nombre total de points pouvant être accordés, puis multiplié par 80 %.
4. Afin de déterminer la note pour le prix, chaque soumission recevable sera évaluée proportionnellement au prix évalué le plus bas et selon le ratio de 20 %.
5. Pour chaque soumission recevable, la cotation du mérite technique et la cotation du prix seront ajoutées pour déterminer la note combinée.

La soumission recevable ayant obtenu le plus de points ou celle ayant le prix évalué le plus bas ne sera pas nécessairement choisie. La soumission recevable qui obtiendra la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du contrat.

PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Les soumissionnaires doivent fournir les attestations et les renseignements 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

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

5.2.1 Dispositions relatives à l'intégrité – documentation exigée

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

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

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

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

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

Le soumissionnaire doit fournir à l'autorité contractante l'annexe intitulée Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation remplie avant l'attribution du contrat. Si le soumissionnaire est une coentreprise, il doit fournir à l'autorité contractante l'annexe Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi - Attestation remplie pour chaque membre de la coentreprise.

5.2.3 Attestations additionnelles préalables à l'attribution du contrat

5.2.3.1 Attestation du contenu canadien

Cet achat est limité aux services canadiens.

Le soumissionnaire atteste que :

() le service offert est un service canadien tel qu'il est défini au paragraphe 2 de la clause A3050T.

Signature

Date

5.2.3.1.1 Clause du *Guide des CCUA* [A3050T](#) (2018-12-06), Définition du contenu canadien

5.2.3.2 Statut et disponibilité du personnel

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

Signature

Date

5.2.3.3 Études et expérience

5.2.3.3.1 Clause du *Guide des CCUA* [A3010T](#) (2010-08-16), Études et expérience

Signature

Date

5.2.4 Capacité des ressources

Le soumissionnaire ou le consortium certifie qu'il a les ressources, à l'interne, capable de rencontrer les rôles et responsabilités (tels que décrits à l'annexe A, Énoncé des travaux) des catégories de services suivantes:

- Services de gestion et de coordination de comptes – Ressource(s) doivent avoir un minimum de 3 ans d'expérience dans cette catégorie clé de service
- Services de planification stratégique et de planification de la campagne – Ressource(s) doivent avoir un minimum de 3 ans d'expérience dans cette catégorie clé de service
- Services de création et de production – Ressource(s) doivent avoir un minimum de 3 ans d'expérience dans cette catégorie clé de service

() OUI () NON

Signature

Date

PARTIE 6 – EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ, EXIGENCES FINANCIÈRES ET AUTRES EXIGENCES

6.1 Capacité financière

Clause du *Guide des CCUA* [A9033T](#) (2012-07-16) Capacité financière

PARTIE 7 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

Les clauses et conditions suivantes s'appliquent à tout contrat découlant de la demande de soumissions et en font partie intégrante.

7.1 Énoncé des travaux

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

7.1.2 Autorisation de tâches

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

7.1.2.1 Processus d'autorisation des tâches

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

7.1.2.2 Limite d'autorisation de tâches

Le chargé de projet peut autoriser les autorisations de tâches individuelles jusqu'à une limite de **200 000 \$**, les taxes applicables incluses, y compris toutes révisions.

Une autorisation de tâches qui dépasserait cette limite doit être autorisée par le chargé de projet et avant d'être émise.

7.1.2.3 Garantie des travaux minimums - Tous les travaux - d'autorisations de tâches

1. Dans cette clause, « valeur maximale du contrat » signifie le montant indiqué à la clause « Limite des dépenses » énoncée dans le contrat; et « valeur minimale du contrat » signifie 15 000 \$.
2. L'obligation du Canada en vertu du contrat consiste à demander des travaux jusqu'à concurrence de la valeur minimale du contrat ou, au choix du Canada, de payer l'entrepreneur à la fin du contrat conformément au paragraphe 3. En contrepartie de cette obligation, l'entrepreneur convient de se tenir prêt, pendant toute la durée du contrat, à exécuter les travaux décrits dans le contrat. La responsabilité maximale du Canada à l'égard des travaux exécutés dans le cadre du contrat ne doit pas dépasser la valeur maximale du contrat, à moins d'une augmentation autorisée par écrit par l'autorité contractante.
3. Si le Canada ne demande pas de travaux pour un montant correspondant à la valeur minimale du contrat pendant la période du contrat, le Canada paiera à l'entrepreneur la différence entre la valeur minimale du contrat et le coût total des travaux demandés.
4. Si le Canada résilie le contrat en totalité ou en partie pour inexécution, le Canada n'assumera aucune obligation envers l'entrepreneur en vertu de cette clause.

7.2 Clauses et conditions uniformisées

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

7.2.1 Conditions générales

2035 (2018-06-21), Conditions générales – Besoins plus complexes de services, s'applique au contrat et en fait partie intégrante.

7.3 Exigences relatives à la sécurité

7.3.1 Le contrat ne comporte aucune exigence relative à la sécurité.

7.4 Durée du contrat

7.4.1 Période du contrat

La période du contrat est à partir de la date du contrat jusqu'au 31 mars, 2021 inclusivement.

7.4.2 Option de prolongation du contrat

L'entrepreneur accorde au Canada l'option irrévocable de prolonger la durée du contrat pour au plus trois (3) périodes supplémentaires d'un (1) an, selon les mêmes conditions. L'entrepreneur accepte que, durant la période prolongée du contrat, il sera payé conformément aux dispositions applicables prévues à la base de paiement.

Le Canada peut exercer cette option à n'importe quel moment, en envoyant un avis écrit à l'entrepreneur avant la date d'expiration du contrat. Cette option ne pourra être exercée que par l'autorité contractante et sera confirmée, pour des raisons administratives seulement, par une modification au contrat.

7.5 Responsables

7.5.1 Autorité contractante

L'autorité contractante pour le contrat est :

Nom : Chris Ivany
Spécialiste de l'approvisionnement
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada
Direction générale des approvisionnements
Direction de l'approvisionnement en communication
Adresse : 360, rue Albert, 12^e étage, Ottawa (Ontario) K1A 0S5

Téléphone : 613 993-0048

Courriel : christopher.ivany@pwgsc-tpsgc.gc.ca

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

7.5.2 Chargé de projet

Le chargé de projet représente le ministère ou l'organisme pour lequel les travaux sont exécutés en vertu des AT émises dans le cadre du contrat. Il est responsable de toutes les questions liées au contenu technique des travaux prévus dans les AT. On peut discuter des questions techniques avec le chargé de projet; cependant, celui-ci ne peut pas autoriser les changements à apporter à l'énoncé des travaux. De tels changements peuvent être effectués uniquement au moyen d'une modification au contrat émise par l'autorité contractante.

7.5.3 Représentant de l'entrepreneur (à insérer à l'attribution du contrat)

Le représentant de l'entrepreneur pour le contrat est :

Nom : _____

Titre : _____

Organisme : _____

Adresse : _____

Téléphone : ____-____-_____

Adresse courriel : _____

7.6 Divulgence proactive des marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires

En fournissant des renseignements sur son statut d'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la *Loi sur la pension de la fonction publique* (LPFP), l'entrepreneur accepte que ces renseignements soient affichés sur les sites Web ministériels dans les rapports de divulgation proactive des marchés, conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2012-2 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

7.7 Paiement

7.7.1 Base de paiement

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts qu'il a engagés raisonnablement et convenablement dans l'exécution des travaux décrits dans l'autorisation de tâches (AT) approuvée, comme ils ont été déterminés conformément à la base de paiement l'annexe « B », jusqu'à la limite des dépenses indiquée dans l'AT approuvée.

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

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

7.7.2 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 _____ \$ (À insérer à l'attribution du contrat). Les droits de douane sont exclus et les taxes applicables sont en sus.
2. Aucune augmentation de la responsabilité totale du Canada ne sera autorisée ou payée à l'entrepreneur, à moins qu'une augmentation ait été approuvée, par écrit, par l'autorité contractante.
3. L'entrepreneur doit informer, par écrit, l'autorité contractante concernant la suffisance de cette somme :
 - a) lorsque 75 p. 100 de la somme est engagée, ou
 - b) quatre (4) mois avant la date d'expiration du contrat, ou
 - c) dès que l'entrepreneur juge que la somme est insuffisante pour l'achèvement des travaux requis dans le cadre des autorisations de tâches, y compris toutes révisions, selon la première de ces conditions à se présenter.

4. Lorsqu'il informe l'autorité contractante que les fonds du contrat sont insuffisants, l'entrepreneur doit lui fournir par écrit une estimation des fonds additionnels requis. La présentation de cette information par l'entrepreneur n'augmente pas la responsabilité du Canada à son égard.

7.7.3 Mode de paiement

7.7.3.1 Paiement mensuel

Clause du Guide des CCUA H1008C (2008-05-12), Paiement mensuel.

7.7.4 T1204 – Demande directe du ministère client

Clause du Guide des CCUA A9117C (2007-11-30), T1204 – Demande directe du ministère client.

7.7.5 Vérification discrétionnaire

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

7.7.6 Contrôle du temps

Clause du Guide des CCUA C0711C (2008-05-12), Contrôle du temps.

7.7.7 Paiement électronique de factures – contrat (à réviser à l'attribution de contrat)

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

- a. Carte d'achat Visa ;
- b. Carte d'achat MasterCard ;
- c. Dépôt direct (national et international) ;
- d. Échange de données informatisées (EDI) ;
- e. Virement télégraphique (international seulement) ;
- f. Système de transfert de paiements de grande valeur (plus de 25 M\$)

7.8 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) les catégories de services et les noms du personnel, le nombre d'heures par catégorie et les taux horaires;
 - b) une copie des feuilles de temps pour corroborer le temps de travail réclamé;
 - c) une copie du document de sortie et de tout autre document tel qu'il est spécifié au contrat;
 - d) une copie des factures, reçus, pièces justificatives pour tous les frais directs, toutes les dépenses de sous-traitance et tous les frais de déplacement et de subsistance;
 - e) une copie du rapport mensuel sur l'avancement des travaux.
2. Les factures doivent être distribuées comme suit :
 - a) L'original et un (1) exemplaire doivent être envoyés au Chargé de projet identifié sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.
 - b) Un (1) exemplaire **électronique** doit être envoyé à l'autorité contractante identifiée sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.

7.9 Attestations et renseignements supplémentaires

7.9.1 Conformité

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

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

L'entrepreneur comprend et convient que, lorsqu'il conclut une entente pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi avec Emploi et Développement social Canada (EDSC) – Travail, cette entente doit demeurer valide pendant toute la durée du contrat. Si cette entente devient invalide, le nom de l'entrepreneur sera ajouté à la [Liste d'admissibilité limitée à soumissionner au Programme de contrats fédéraux](#). L'imposition d'une telle sanction par EDSC sera considérée comme un manquement de l'entrepreneur aux modalités du contrat.

7.9.3 Clauses du Guide des CCUA

Clause A3060C du Guide des CCUA (2008-05-12), Attestation du contenu canadien.

7.10 Lois applicables

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

7.11 Ordre de priorité des documents

En cas d'incompatibilité entre le libellé des documents énumérés dans la liste, le libellé du document figurant en premier dans la liste l'emportera sur celui de tout autre document figurant plus bas dans la liste.

- (a) les articles de la convention;
- (b) les conditions générales 2035 (2018-06-21);
- (c) l'annexe A, Énoncé des travaux;
- (d) l'annexe B, Base de paiement;
- (e) l'annexe C, Formulaire d'autorisation de tâches;
- (f) les autorisations de tâches signées (y compris leurs annexes, le cas échéant); et
- (g) la soumission de l'entrepreneur datée du _____.

7.12 Ressortissants étrangers (entrepreneur canadien)

Clause du Guide des CCUA A2000C (2006-06-16), Ressortissants étrangers (entrepreneur canadien).

7.13 Assurances

Clause du Guide des CCUA G1005C (2016-01-28) – Assurance – aucune exigence particulière.

7.14 Intérêts conflictuels

On entend par « CONFLIT D'INTÉRÊTS », outre les dispositions des Conditions générales 2035-34, toute relation, activité, situation ou circonstance, ou tout intérêt personnel ou financier (direct ou indirect) qui fait en sorte que l'entrepreneur est incapable ou semble incapable de fournir de l'aide, des conseils ou des services de façon impartiale et objective au gouvernement du Canada.

1. Sous réserve du paragraphe 2, l'entrepreneur déclare, garantit et doit s'assurer qu'à sa connaissance, les services visés par ce contrat (les « travaux ») n'entrent pas et n'entreront pas, pendant toute la durée du contrat, en conflit avec des intérêts concurrentiels ou opposés d'autres clients de l'entrepreneur.
2. Si l'entrepreneur se rend compte que les travaux entrent en conflit ou sont susceptibles d'entrer en conflit avec les intérêts d'autres clients de l'entrepreneur, il doit préciser les services et les intérêts concurrentiels potentiels en cause et expliquer sans délai les raisons pour lesquelles cette situation n'entraînerait aucun conflit d'intérêts.
3. Si le Canada apprend que les travaux sont ou peuvent être en conflit avec les intérêts d'autres clients de l'entrepreneur, il doit informer l'entrepreneur de la situation et lui demander de préciser les raisons pour lesquelles cette situation n'entraînerait aucun conflit d'intérêts.
4. Après avoir étudié les explications fournies par l'entrepreneur, le Canada peut, à sa seule discrétion, les accepter ou les rejeter. Le Canada rendra sa décision par écrit. L'entrepreneur disposera d'un délai de dix (10) jours ouvrables suivant la réception de la décision du Canada pour soumettre des explications additionnelles ou pour en donner de nouvelles. Après examen des explications additionnelles de l'entrepreneur, le cas échéant, le Canada peut, à sa seule discrétion, accepter les motifs additionnels ou prendre les mesures décrites au paragraphe 5.
5. Si le Canada rejette les premières explications (ou les explications additionnelles, le cas échéant) de l'entrepreneur, conformément au paragraphe 4, le Canada peut résilier le contrat selon les modalités énoncées au paragraphe 6.
6. L'entrepreneur convient que l'approbation du contrat par le Canada s'appuie sur le paragraphe 1, et qu'en cas de manquement à cette disposition le Canada pourra résilier le présent contrat pour manquement.

ANNEXE « A » ÉNONCÉ DE TRAVAIL

A.1 Contexte

Dans le budget de 2019, le gouvernement du Canada s'est engagé à investir 25 millions de dollars sur cinq ans pour permettre à Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC), dans le cadre de la Politique alimentaire pour le Canada, de créer une solution nationale visant à mieux faire connaître le système alimentaire du Canada, son agriculture, ses produits alimentaires et ses produits de la mer aux Canadiens et à susciter la fierté de ceux-ci.

Tandis que le système alimentaire poursuit sa modernisation et sa mondialisation et que la population continue de délaisser les régions rurales au profit des centres urbains, des recherches ont révélé que les Canadiens sont de plus en plus déconnectés de la façon dont les aliments sont produits. Les Canadiens doivent prendre des décisions de plus en plus complexes sur leurs achats d'aliments, qui sont influencées par des facteurs sociaux, environnementaux et économiques, et des facteurs relatifs à la santé, dans un marché où les produits offerts à l'échelle mondiale font l'objet d'une variété d'allégations et possèdent différentes caractéristiques. Seulement le tiers des Canadiens estiment avoir des connaissances sur le secteur de l'agriculture et de l'agroalimentaire; 31 % des Canadiens, soit la majorité, ont déclaré connaître plutôt bien ce secteur, comparativement à 3 % qui ont déclaré le connaître très bien¹. D'autres recherches révèlent que 91 % des Canadiens en savent peu, très peu ou pas du tout sur les pratiques agricoles modernes, mais 60 % des répondants souhaitent en savoir plus sur l'agriculture et la façon dont leurs aliments sont produits².

Au cours des consultations, des membres de l'industrie ont exprimé leurs préoccupations quant à l'absence de liens avec les Canadiens, ce qui fait en sorte qu'on exige souvent du secteur de modifier des pratiques par des façons de faire qui ne permettent pas d'atteindre d'une manière optimale les résultats souhaités et qui peuvent en fait entraîner des répercussions négatives. En outre, 74 % des producteurs estiment que les Canadiens ne sont pas très informés ou aucunement informés au sujet de l'agriculture et des pratiques de production d'aliments³. En outre, 63 % des Canadiens qui ont répondu au sondage font confiance au secteur alimentaire, ce qui représente une baisse de 6 % depuis 2016⁴.

Les enquêtes ont aussi montré que l'origine des produits est un indicateur d'importance pour les consommateurs. Les Canadiens préfèrent généralement acheter des produits alimentaires canadiens lorsque ceux-ci sont offerts, car ils estiment que les aliments produits au Canada sont de bonne ou d'excellente qualité. Selon une étude menée par EKOS en 2018, comparativement aux conclusions tirées en 2014, le fait qu'il s'agisse d'un produit du Canada ou d'un produit fabriqué au Canada ou à l'échelle locale constitue un facteur sur lequel s'appuient davantage de Canadiens lorsqu'ils prennent des décisions d'achat. Des recherches ont également démontré que les Canadiens ont de la difficulté à reconnaître adéquatement les produits alimentaires canadiens dans les magasins, et que les opinions positives à l'égard du secteur alimentaire et agricole du Canada s'appuient en grande partie sur des perceptions ou sur des connaissances véritables très limitées. En définitive, le coût et la valeur nutritive demeurent les facteurs qui ont une plus grande incidence sur les décisions des consommateurs

¹ *Sondage de référence sur la sensibilisation à l'agriculture*, Phoenix Strategic Perspectives, 2017.

² <https://www.foodintegrity.ca/wp-content/uploads/2019/11/FRE2019Summit-ResearchBook-LR-single.pdf>.

³ *Sondage et groupes de discussion 2018-2019 sur les enjeux stratégiques des producteurs (vague VI)*.

⁴ *Rethinking Science and Society Survey*, par Ekos, 2017.

concernant l'achat d'aliments⁵. Pour conserver la confiance du public, le système alimentaire doit être transparent et refléter les valeurs des Canadiens.

A.2 Description du projet

L'énoncé des travaux décrit les exigences à respecter afin de créer et de mettre en œuvre une campagne quinquennale de marketing social axée sur les consommateurs visant à mieux faire connaître le système alimentaire du Canada, son agriculture, ses produits alimentaires et ses produits de la mer aux Canadiens et de susciter leur fierté.

La campagne de promotion pour l'achat de produits canadiens sera une solution nationale coordonnée dirigée par AAC et elle :

- racontera l'histoire du secteur alimentaire canadien et soulignera les avantages de ses produits, et suscitera la fierté des Canadiens;
- accroîtra la confiance en assurant la transparence sur le lieu et la méthode de production des aliments;
- présentera les investissements fédéraux et sectoriels visant à améliorer continuellement les pratiques de production et le système alimentaire canadien;
- fera reconnaître le travail des producteurs canadiens et renforcera la confiance du public;
- fera la promotion des produits canadiens sur le marché canadien.

La campagne comprendra les composantes suivantes :

- actualisation de l'image, du message et des produits promotionnels de la marque d'Agriculture et Agroalimentaire Canada (marque du Canada);
- collaboration avec l'industrie et l'Agence canadienne d'inspection des aliments (ACIA) visant à aider les Canadiens à reconnaître adéquatement les produits alimentaires canadiens lorsqu'ils font leurs courses (lignes directrices sur l'allégation « Produit du Canada »);
- collaboration avec l'industrie et les consommateurs pour déterminer de quelle façon les systèmes d'assurance et d'autres efforts visant à renforcer la confiance du public peuvent contribuer à soutenir la marque;
- élaboration et mise en œuvre d'une stratégie de marketing.

Les exigences de ce projet seront principalement axées sur la conception et la mise en œuvre d'une stratégie de marketing. La période de prestation de services pour la campagne de marketing social et de publicité s'échelonne de la date d'octroi du contrat jusqu'au 31 mars 2021, et pourrait être prolongée de trois (3) périodes d'un (1) an, soit jusqu'au 31 mars 2024.

La valeur du budget média annuel est estimée entre 1 500 000 \$ et 4 000 000 \$.

A.3 Buts et objectifs de la campagne

Buts

- Immédiats : des Canadiens mieux renseignés sur les recherches, les normes, les valeurs et les pratiques utilisées dans le secteur agricole.
- Intermédiaires : amélioration de la capacité des consommateurs à reconnaître les produits canadiens.

⁵ Rapport d'AAC de 2019 : *Sondage de 2019 sur les perceptions des consommateurs à l'égard des aliments (Vague V)*.

- Ultimes : les Canadiens cherchent et reconnaissent davantage d'aliments, de produits de la mer et de produits agroalimentaires canadiens lorsqu'ils font leurs courses.

Objectifs

- Phase 1 (années 1 et 2) : sensibiliser l'ensemble de la population au système agricole du Canada et raconter l'histoire du secteur alimentaire canadien et susciter la fierté à son égard.
- Phase 2 (années 3 à 5) : améliorer la capacité des consommateurs à reconnaître les produits alimentaires canadiens, à y accéder et à prendre des décisions éclairées à leur sujet.

Considérations stratégiques

- La campagne de marketing et de publicité sera intensifiée grâce aux partenariats désignés au cours des activités de mobilisation de l'industrie menées par AAC.
- La campagne utilisera une approche essentiellement numérique, mettra à profit des plateformes numériques en plus d'utiliser d'autres tactiques traditionnelles, comme des activités spéciales à la ferme ou des événements se rapportant à l'alimentation, des activités dans les commerces de détail (p. ex. promotions en épicerie), des activités avec des médias, des publicités et des partenariats avec des intervenants.
- La campagne devra tenir compte des besoins particuliers de groupes sous-représentés, comme les femmes, les aînés, les Canadiens autochtones et les groupes minoritaires de langue officielle pour veiller à ce qu'elle suscite leur intérêt et à ce qu'ils se reconnaissent dans la campagne.
- La campagne devra tenir compte d'initiatives en cours relatives à l'image de marque (y compris, non exclusivement, des initiatives provinciales et sans but lucratif) et reconnaître l'importance accordée à l'échelle provinciale aux aliments frais et locaux.
- La campagne devrait raconter l'histoire du secteur agroalimentaire canadien et toucher les publics cibles au niveau émotionnel afin de susciter la fierté et la confiance à l'égard des systèmes alimentaires du pays.
- La campagne devra envisager l'utilisation d'outils actualisés relatifs à la marque du Canada (image, messages, produits promotionnels) et des lignes directrices sur l'allégation « Produit du Canada » pour assurer la coordination de la campagne de promotion pour l'achat de produits canadiens.

A.4 Mesure du rendement

Il est largement reconnu que le marketing social a besoin d'une approche à long terme pour modifier un comportement de façon importante et durable. Pour cette raison, la campagne évaluera l'évolution des niveaux de connaissance, des attitudes et des comportements. Des indicateurs appropriés seront désignés par l'entremise de recherches de base sur l'opinion publique qui seront effectuées au printemps 2020.

L'efficacité de la campagne sera aussi évaluée au moyen des paramètres suivants :

- paramètres Web et paramètres relatifs aux médias sociaux;
- nombre de demandes de renseignements et de documents;
- couverture dans les médias et en ligne;
- évaluation des partenariats;
- suivi des sondages qui seront réalisés au cours des années 1, 2, 3, 4 et 5 (sondages quantitatifs et qualitatifs réalisés en alternance);
- outil d'évaluation de campagnes publicitaires (OECF), s'il y a lieu.

A.5 Public cible

La campagne ciblera divers publics cibles, y compris, sans toutefois s'y limiter, ceux énoncés ci-dessous.

Principal public cible :

- personnes de plus de 18 ans qui sont les principaux responsables de l'achat d'aliments;
- parents d'enfants de moins de 18 ans;
- populations prioritaires (nouveaux Canadiens, femmes, aînés, Canadiens autochtones, groupes minoritaires de langue officielle et autres groupes à déterminer).

- *Les publics cibles seront définis plus précisément et ajustés à la suite de la recherche de base, qui devrait être terminée en mars 2020.*
- *Les publics peuvent changer au fil de l'évolution des phases de la campagne.*

A.6 Messages clés de la campagne

Le message suivant est proposé, mais des essais ciblés contribueront à établir avec précision l'orientation du message et le libellé, et à déterminer d'autres messages clés possibles :

- le système alimentaire du Canada est sûr, fiable, novateur et durable.

- *Le message ci-dessus est provisoire et n'a pas encore été mis à l'essai auprès des principaux publics cibles.*
- *Des messages seront créés et adaptés au fil de l'évolution des phases de la campagne.*

A.7 Échéancier et produits livrables

TÂCHES	CALENDRIER APPROXIMATIF
Réunion de lancement et transfert des documents sur le contexte du projet	3 jours ouvrables après l'attribution du contrat
Présentation de l'ébauche de la stratégie et du plan d'action	D'ici le 31 mars 2020
Lancement de la campagne de sensibilisation	Été 2020

A.8 Services requis

Pour appuyer les objectifs ministériels, Agriculture et Agroalimentaire Canada a besoin d'un entrepreneur qui fournira les services de publicité et de marketing suivants relativement au présent besoin :

- services de gestion et de coordination des comptes;
- services de planification stratégique et de planification de la campagne;
- services de création et de production – tactiques traditionnelles et numériques;
- services de partenariat;
- planification et gestion des événements.

Remarque : L'entrepreneur devra assurer une liaison régulière avec l'agence de coordination afin d'assurer l'harmonisation entre les stratégies créatives et médiatiques.

A.8.1 Services de gestion de comptes et de coordination

L'entrepreneur doit fournir des services continus relatifs aux comptes. Il doit documenter toutes ses activités (notamment celles entreprises dans toutes les catégories de services) et les coûts directs, y compris l'ampleur de la contribution (temps et ressources) qu'il a consentie pour assurer la prestation des services demandés par l'autorité responsable du projet.

Plus précisément, l'entrepreneur doit fournir des services relatifs aux comptes, entre autres :

- s'assurer que toutes les procédures ont été appliquées et que le contrat et toute modification éventuelle ont été reçus de la Direction de l'approvisionnement en communications de Services publics et Approvisionnement Canada, avant le début des travaux;
- gérer quotidiennement toutes les ressources qui travaillent à l'élaboration du matériel publicitaire et du matériel de marketing pour Agriculture et Agroalimentaire Canada, en travaillant dans un esprit de collaboration afin d'assurer un excellent rendement au gouvernement du Canada, et ce, dans des délais opportuns;
- participer aux séances d'information et aux réunions organisées par le client;
- superviser et signaler tout travail effectué par les sous-traitants approuvés;
- fournir régulièrement des rapports d'étape et des rapports de communication relativement au projet;
- fournir des estimations de coûts à la demande de l'autorité responsable du projet;
- fournir régulièrement des rapports de coûts, y compris la répartition du personnel, des ressources, des déplacements et des taux;
- envoyer des rapports intermédiaires mensuels par courriel à l'autorité chargée de projet en indiquant les détails sur le temps et les ressources utilisés pour fournir les services demandés par Agriculture et Agroalimentaire Canada;
- documenter ses activités et ses coûts directs, plus particulièrement l'ampleur de la participation (temps et ressources) qu'il a consentie pour assurer la prestation des services demandés par le Ministère;
- collaborer étroitement avec l'agence de coordination afin d'assurer une campagne intégrée et un déroulement harmonieux;
- fournir tous les éléments demandés décrits dans le présent énoncé des travaux (EDT);
- fournir des factures mensuelles comprenant la totalité des activités et des travaux réalisés.

A.8.2 Services de planification stratégique et de planification de la campagne

L'entrepreneur doit créer une stratégie de campagne globale ainsi que des plans de publicité et de marketing pour chaque exercice financier. Cela comporte la création d'un plan d'action de haut niveau pour la campagne à partir des objectifs d'Agriculture et Agroalimentaire Canada.

La stratégie et les plans devraient comprendre les éléments suivants :

- objectifs en matière de marketing et de publicité;
- publics cibles;
- tactiques (y compris des activités de partenariat) :
 - tenir compte de l'aspect et de la convivialité de la marque Canada;
- justification;
- budget;
- échéancier;
- produits livrables;
- mesures indiquées et prochaines étapes;
- activités de partenariat;
- autres détails demandés par Agriculture et Agroalimentaire Canada.

Il incombe à l'entrepreneur de revoir l'évaluation annuelle et de tenir compte de ces conclusions dans l'élaboration des plans de l'année suivante.

A.8.3 Services de partenariat

L'entrepreneur devra examiner des partenaires éventuels lorsqu'il créera la stratégie de marketing. Dans le cadre de la campagne, les partenariats en matière de communication ou les ententes de collaboration peuvent servir à augmenter sa visibilité et sa réussite globale. Ils peuvent prendre de nombreuses formes avec des provinces, des territoires, des municipalités, des associations, des organisations non gouvernementales, des particuliers et des partenaires de l'industrie.

Dans le cadre de l'établissement de partenariats, sous réserve de l'approbation de l'autorité responsable du projet, l'entrepreneur peut être tenu de surveiller divers aspects du partenariat, y compris, non exclusivement, les suivants :

- décrire d'éventuels partenaires et en trouver;
- élaborer et proposer les objectifs relatifs aux partenariats, les éléments clés et les buts des partenariats;
- concevoir et distribuer la demande de propositions, la lettre d'accord et d'autres documents relatifs aux partenariats;
- au besoin, participer à l'évaluation des propositions, sous la direction de l'autorité responsable du projet;
- au besoin, communiquer avec les partenaires au nom du gouvernement du Canada;
- consulter l'agence de coordination au sujet de tous les éléments relatifs aux médias, y compris l'évaluation des occasions pour les médias;
- évaluer les activités de partenariats et informer l'autorité chargée de projet sur le rendement et les résultats.

Dans certains cas, les partenariats peuvent aussi comprendre la participation de fournisseurs de médias. Si les services de fournisseurs de médias sont sollicités, l'agence de coordination est le seul agent autorisé à négocier avec eux au nom du gouvernement du Canada. Dans ce contexte, l'entrepreneur doit s'adresser à l'agence de coordination pour entamer toute négociation avec des fournisseurs de médias en vue d'établir des partenariats.

A.8.4 Planification et gestion des événements

Dans le cadre de la campagne, un programme national d'événements de marketing expérientiel peut servir à atteindre des publics cibles de façon unique et mémorable. Il peut s'agir de kiosques éphémères à des marchés d'alimentation, à des foires agricoles et à des épiceries. L'intention est de diffuser des messages et des renseignements en utilisant des technologies et des moyens nouveaux et novateurs qui attireront les publics cibles et susciteront leur intérêt.

Dans le cadre de la création d'un programme national d'événements de marketing expérientiel, sous réserve de l'approbation de l'autorité responsable du projet, l'entrepreneur est tenu de surveiller divers aspects des événements, y compris, non exclusivement, les suivants :

- cerner les occasions d'événements;
- concevoir, mettre au point et produire tout le matériel de communication pour les événements en français et en anglais;
- élaborer et proposer les objectifs, les éléments clés et les buts des événements.

L'entrepreneur doit mettre en œuvre et gérer chaque événement en s'acquittant des tâches suivantes :

- a) réserver le site de chaque événement*;
- b) obtenir les autorisations et les permis appropriés auprès du responsable du site (municipal ou autre)*;

- c) réaliser une campagne de sensibilisation ne comprenant aucune publicité payante avant les événements et pendant ceux-ci;
- d) transporter tout le matériel nécessaire et le personnel de l'entrepreneur vers chaque site;
- e) aménager les sites (c.-à-d. installer les kiosques, l'équipement audiovisuel, etc.) au besoin et mettre l'équipement à l'essai pour garantir son fonctionnement;
- f) fournir les services d'ambassadeurs** d'événements compétents (un minimum de deux [2] par événement) qui transmettront leurs connaissances sur le sujet en s'appuyant sur la formation fournie par l'entrepreneur, motiveront le public en personne et transmettront des messages et de l'information. Les ambassadeurs doivent pouvoir communiquer avec les publics cibles de façon adéquate;
- g) l'animateur de l'événement et les ambassadeurs doivent pouvoir régler tout problème technique qui pourrait avoir lieu pendant l'événement;
- h) s'assurer que l'animateur de l'événement et les ambassadeurs parlent la langue dominante des participants à chaque événement;
- i) fournir les services d'au moins un (1) animateur d'événement principal bilingue qui assurera le suivi et la gestion des événements et des ambassadeurs;
- j) recueillir les renonciations signées par les participants, au besoin;
- k) préparer et transmettre un sondage aux participants de l'événement, au besoin;
- l) à la fin de l'événement, démonter et retirer tout le matériel utilisé lors de l'événement;
- m) aviser l'autorité chargée de projet par écrit dès que l'entrepreneur prend conscience de tout problème qui pourrait l'empêcher de faire les travaux décrits dans l'énoncé des travaux et de fournir les solutions recommandées;

**faire approuver tous les frais liés à l'événement par l'autorité responsable du projet.*

- ***Dans l'éventualité où un membre du personnel devenait inapte à exécuter les services, et sur avis écrit de l'autorité responsable du projet, l'entrepreneur doit appliquer des mesures correctives convenables dans les deux (2) jours ouvrables suivant la date de réception de l'avis. Tous les coûts liés au remplacement seront assumés par l'entrepreneur.*
- Évaluer les activités et informer l'autorité chargée de projet sur le rendement et les résultats.

Prendre note qu'Agriculture et Agroalimentaire Canada dispose aussi d'un programme interne d'expositions qui pourrait être mis à profit dans le cadre de la campagne. Il ne doit pas y avoir de dédoublement des événements.

A.8.5 Services de création et de production

L'entrepreneur doit produire et présenter des plans (des ébauches à la version définitive) et des copies pour la distribution de tout le matériel de création de la campagne de sensibilisation du public.

Pour tous les éléments créatifs, l'entrepreneur doit, selon chaque média :

- superviser et assurer la direction et la qualité globale de tous les éléments créatifs, des concepts, du développement et de la production de tous les produits publicitaires et de tout le matériel élaboré à l'appui de ces derniers;
- produire des concepts créatifs sous forme de maquettes, de scénarimages, de textes ou de scripts;
- fournir du matériel créatif dans les deux langues officielles et dans d'autres langues, au besoin, pour la mise à l'essai auprès de groupes cibles;
- réviser et mettre au point les concepts créatifs à la lumière des résultats des essais auprès de groupes cibles ou des recommandations de l'autorité responsable du projet; réviser et mettre au point les changements qui pourraient survenir au cours du processus d'approbation;

- rédiger et modifier le texte de tout le matériel, de l'ébauche au produit final;
- traduire et adapter dans l'autre langue officielle et les autres langues non officielles tous les textes, de la première ébauche à la version finale;
- produire des graphiques, des photographies et des présentations, jusqu'au produit prêt à imprimer, de tout le matériel à imprimer;
- scénariser, filmer et assurer la postproduction jusqu'au montage final du matériel destiné à la radio, à la télévision et au cinéma;
- concevoir, programmer et faire l'essai jusqu'à la publication définitive du nouveau matériel pour les médias et Internet;
- imprimer, redimensionner ou reproduire des copies (tout en assurant la qualité du produit) aux fins de distribution aux médias;
- obtenir tous les droits d'auteur (pour les images et les illustrations) et négocier les tarifs des artistes conformément aux règlements des syndicats canadiens appropriés (Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists [ACTRA], Union des artistes (UDA));
- distribuer (gérer l'acheminement) le matériel aux médias pour ce qui est des éléments créatifs non numériques, et à l'agence de coordination pour ce qui est des éléments créatifs numériques;
- livrer la copie maîtresse d'une clé USB contenant la version définitive du matériel (comportant tous les documents de travail) à l'autorité responsable du projet;
- gérer les travaux effectués par des sous-traitants et en assurer le contrôle de la qualité.

Tous les « services de studio », notamment des éléments comme la récupération de fichiers, la préparation de clés USB, le téléversement sur des sites extranet ainsi que le montage et la préparation de maquettes qui visent à faciliter la préparation de matériel publicitaire, doivent faire partie des services de production, comme précisés ci-dessus.

Remarque :

Les concepts créatifs doivent être examinés conformément aux normes relatives aux publicités pour s'assurer qu'ils sont non partisans.

Propriété des produits – Les droits d'auteur de tout le matériel originalement produit aux fins du présent projet sont dévolus à Sa Majesté la Reine du chef du Canada.

Droits – L'entrepreneur devra accorder les droits nécessaires et les preuves documentaires (autorisations écrites) connexes, et ce, pour tous les éléments de la production qu'il fournira, notamment l'affranchissement des droits d'auteur et d'enregistrement, la musique répertoriée ou originale et les trames sonores, les images d'archive et les images originales – tant filmées que fixes – les artistes, les effets, etc., aux fins énoncées ci-dessous.

- i. Distribution : messages d'intérêt public, télévision non commerciale y compris la télévision éducative, les postes spécialisés, la télévision par câble, la télévision payante), productions non cinématographiques (y compris les vidéos domestiques), droits de distribution (y compris les droits d'utilisation au cours d'expositions), que ce soit par la vente, le prêt ou le don d'exemplaires dans n'importe quel format par tous les moyens existants et tous ceux qui seront inventés.
- ii. Territoire : monde.
- iii. Durée : à perpétuité.

A.9 Contraintes relatives au travail et au contrat

Les entrepreneurs doivent prendre connaissance des contraintes suivantes, qui auront une incidence sur le déroulement des travaux.

A.9.1 Publicité du gouvernement du Canada

La publicité du gouvernement du Canada se définit comme tout message diffusé au Canada ou à l'étranger, et payé par le gouvernement pour un placement dans des médias, y compris les journaux, la télévision, la radio, les salles de cinéma, les panneaux publicitaires et tout autre média extérieur, les appareils mobiles, Internet et tout autre média numérique.

Toutes les campagnes publicitaires menées pour le compte du gouvernement du Canada sont coordonnées de façon centralisée par le Bureau du Conseil privé (BCP) et Services publics et Approvisionnement Canada (SPAC). Les ministères mettent en œuvre des initiatives de publicité en collaboration avec ces organismes.

Les allocations publicitaires du gouvernement du Canada sont approuvées annuellement. Agriculture et Agroalimentaire Canada informera l'entrepreneur une fois qu'il aura reçu la confirmation du financement. L'entrepreneur ne peut pas commencer à préparer un produit livrable relatif à la publicité avant la réception de cet avis.

Le gouvernement du Canada a recours aux services d'une agence de coordination unique (Cossette Communications inc.) pour la planification et les achats médias liés à la publicité gouvernementale. L'entrepreneur doit examiner le guide de l'agence de coordination, fourni par l'autorité responsable du projet, qui contient les procédures de planification et d'achat média, y compris les renseignements sur la gestion et la distribution de la publicité. Il incombe à l'entrepreneur de consulter le guide de l'agence de coordination.

L'entrepreneur ne doit pas diffuser de la publicité du gouvernement du Canada dans des médias publicitaires. L'entrepreneur sera responsable de certaines activités de distribution dans les médias en collaboration avec l'agence de coordination. Cependant, le matériel ne doit pas être acheminé aux médias avant la réception de l'approbation écrite de l'autorité responsable du projet, de l'accusé de réception du courriel de l'agence de coordination concernant la demande d'achat média et de la liste des médias dont les services ont été retenus, s'il y a lieu.

À la demande de l'autorité responsable du projet, l'entrepreneur sera tenu de participer aux réunions avec l'agence de coordination afin de discuter des exigences de la campagne, des procédures, ainsi que des rôles et responsabilités de façon à assurer une planification et une exécution intégrées et harmonieuses des campagnes.

L'entrepreneur devrait consulter la [Procédure obligatoire relative à la publicité](#) pour bien comprendre les exigences relatives à la publicité du gouvernement du Canada.

A.9.2 Politiques, lois et normes

Afin de garantir l'intégrité et l'efficacité de la publicité du gouvernement du Canada, l'entrepreneur doit fournir des services et produire du matériel respectant les politiques administratives du gouvernement du Canada établies par le Conseil du Trésor, y compris, sans s'y limiter, les documents suivants :

- la *Politique sur les communications et l'image de marque* (<https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683>) pour s'assurer que les communications à l'échelle du gouvernement du Canada

sont bien coordonnées, gérées efficacement et adaptées aux divers besoins d'information du public, et pour garantir que la conception de publicité et la représentation sont conformes aux exigences;

- la *Politique sur les marchés* (<https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=14494>), qui vise à assurer la qualité et la valeur du travail imparti;
- la *Loi sur les langues officielles* (articles 11, 30 et 41), qui a pour but d'assurer la conformité de toute la publicité. En outre, les institutions doivent respecter l'engagement du gouvernement du Canada exprimé dans la partie VII de la *Loi*, afin d'accroître la vitalité des collectivités de langue officielle en situation minoritaire (<https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/O-3.01/>);
- la *Loi sur la protection des renseignements personnels* pour veiller à ce que les pratiques de protection de la vie privée soient intégrées et respectées dans le traitement des renseignements personnels (<https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/p-21/>);
- la *Norme sur l'accessibilité des sites Web*, afin d'assurer le respect des *Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0* (<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-fr/>) (<https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=23601>).

De plus, l'entrepreneur doit veiller à respecter les lois pertinentes de toutes les provinces et de tous les territoires où le matériel de la campagne de publicité sera utilisé.

A.9.3 Contraintes touchant l'autorité chargé de projet et le processus d'approbation

L'autorité chargé de projet visant à répondre à ce besoin est l'équipe du marketing d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, qui travaillera en collaboration avec l'entrepreneur pour établir et peaufiner les messages et le matériel créatif destinés à la campagne. L'autorité chargé de projet doit aussi obtenir toutes les approbations nécessaires du gouvernement du Canada et les communiquer à l'entrepreneur.

L'entrepreneur fera rapport à l'autorité responsable du projet. Il travaillera avec l'autorité chargé de projet afin d'établir le calendrier de réalisation et de présentation des travaux, y compris les plans de la campagne, les stratégies connexes, les concepts créatifs et les rapports postérieurs à la campagne.

L'entrepreneur devra valider toutes les phases du développement des stratégies du matériel connexe relatif à la campagne par l'entremise de l'autorité responsable du projet, qui devra les approuver. Le processus d'approbation comporte plusieurs niveaux, ce dont l'entrepreneur doit tenir compte au moment d'établir le calendrier du projet. Il est probable que des révisions soient nécessaires, et celles-ci devraient être apportées selon les processus et les échéanciers convenus.

A.9.4 Normes et communications relatives à la production de rapports

À tout le moins, les travaux doivent comprendre :

- des rapports de situation hebdomadaires détaillant tous les projets mis en œuvre et indiquant l'état actuel des travaux, les prochaines étapes, les équipes de l'agence et les dates d'échéance;
- des rapports de coûts réguliers, comportant une ventilation selon le personnel, les ressources, les déplacements et les taux. L'agence fera le suivi du temps séparément pour les divers éléments de la campagne dans la présentation de ses rapports;
- l'entrepreneur et l'autorité chargé de projet mettront au point une procédure de documentation des activités et des coûts directs. La documentation doit présenter plus particulièrement le niveau des efforts (temps et ressources) consentis pour la prestation des services demandés par le Ministère;
- la présentation de rapports financiers sur une base régulière, y compris une estimation des coûts des travaux à venir et des travaux effectués antérieurement;

- des réunions en personne auront lieu au besoin, et les rapports de contact seront remis à Agriculture et Agroalimentaire Canada, au besoin;
- des rapports postérieurs à la campagne, au besoin;
- un rapport rétrospectif résumant la planification, l'élaboration et la mise en œuvre de la campagne dans son ensemble, ainsi que les résultats, les leçons retenues, les recommandations, etc.;
- un suivi actif des coûts liés au marketing, aux partenariats et aux activités publicitaires. Pour la préparation de rapports, les coûts publicitaires, y compris le développement créatif se rapportant aux activités publicitaires, doivent être conservés à part de tous les autres produits livrables du projet.

En plus de remettre à temps tous les produits livrables et de respecter les obligations précisées pour chaque phase du projet, l'entrepreneur doit faciliter et entretenir des communications régulières avec l'autorité chargée de projet et l'aviser immédiatement de tout problème ou de toute préoccupation concernant le travail prévu dans le cadre du contrat, dès son apparition. Enfin, l'entrepreneur répondra aux demandes de l'autorité chargée de projet dans les 24 heures suivant la réception de la demande.

On entend par « communication » un effort raisonnable déployé pour informer toutes les parties des plans, des décisions, des approches proposées, de la mise en œuvre et des résultats des travaux, afin de s'assurer que l'état d'avancement du projet est conforme aux attentes. Les communications peuvent inclure des appels téléphoniques, des courriels, des envois par télécopieur, de la correspondance et des réunions.

A.9.5 Contraintes relatives au contenu créatif

- L'entrepreneur s'assurera que le contenu créatif reflétera la diversité de la population du Canada (c.-à-d. les minorités visibles, les personnes handicapées et ayant des limitations, etc.).
- Il doit s'assurer que les méthodes de création tiennent compte des différences culturelles.
- Tout le matériel publicitaire et de soutien doit comprendre le mot-symbole « Canada » ainsi que la signature du Programme de coordination de l'image de marque (PCIM), et tout autre logo ou symbole du gouvernement du Canada, au besoin.
- Toutes les publicités audio doivent se terminer par la narration du message suivant : « Un message du gouvernement du Canada », dans la langue de la publicité, suivi par la signature musicale approuvée (soit les quatre premières notes de l'« Ô Canada », pendant 1,5 seconde).
- Les exigences du PCIM pour les publicités audio, y compris à la télévision ou dans les salles de cinéma, ou les publicités numériques ou autres, peuvent varier en fonction de la durée de la publicité. Agriculture et Agroalimentaire Canada fournira à l'entrepreneur les exigences précises pour les différentes durées.
- L'entrepreneur doit s'assurer que toutes les publicités en ligne respectent les normes canadiennes et internationales applicables.
- Les publicités doivent indiquer le site Web ou les coordonnées pertinentes.

En particulier, les produits livrables doivent être :

- crédibles, pertinents et motivants;
- efficaces en français et en anglais.

L'entrepreneur pourrait aussi devoir tenir compte des logos des autres partenaires s'ils participent à la campagne. Cela comprend l'emploi éventuel des logos de gouvernements provinciaux, d'organisations non gouvernementales ou d'entreprises du secteur privé, s'il y a lieu.

L'entrepreneur doit consulter les Spécifications techniques du PCIM pour obtenir des renseignements supplémentaires :

<https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/communications-gouvernementales/programme-federal-image-marque/specifications-techniques.html>.

Veillez consulter l'annexe A pour connaître les exigences de conception graphique des dossiers d'illustration définitifs.

Affichage sur Internet

Veillez consulter l'annexe B pour connaître les exigences Web relatives au contenu créatif placé sur les réseaux numériques du gouvernement du Canada.

Veillez consulter l'annexe C pour connaître les exigences Web relatives au contenu créatif placé sur des biens numériques n'appartenant pas au gouvernement du Canada.

Vidéos Web

Veillez consulter l'annexe D pour connaître les exigences Web relatives aux vidéos pour les produits livrables.

Les conceptions pour Internet doivent respecter les normes sur le Web du gouvernement du Canada.

D'autres contraintes visant le contenu créatif pourraient apparaître pendant la préparation de la campagne. Pour obtenir de plus amples renseignements sur ces exigences obligatoires, veuillez communiquer avec l'autorité responsable du projet.

Médias sociaux

Veillez consulter l'annexe E pour connaître les lignes directrices relatives à la conception de contenu destiné aux médias sociaux.

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

A.9.6 Normes logicielles

À moins d'indication contraire, l'entrepreneur devrait connaître à tout le moins tous les logiciels de la suite Adobe Creative afin de produire les divers produits publicitaires et produits de marketing exigés. En outre, l'entrepreneur doit être en mesure de fournir tous les produits livrables en format électronique compatible avec la suite logicielle d'Agriculture et Agroalimentaire Canada :

- traitement de texte – MS Word 2003, MS Word 2010 (ou version ultérieure);
- feuille de calcul – MS Excel 2003, MS Excel 2010 (ou version ultérieure);
- présentation – MS PowerPoint 2003, MS PowerPoint 2010 (ou version ultérieure);
- média – MS Media Player Version 10 (ou version ultérieure), Flash 8 (ou version ultérieure), fichiers WMV;
- PDF – Adobe Acrobat Reader v8 (ou version ultérieure);
- aucune utilisation d'objets de plastique à usage unique dans la campagne.

L'entrepreneur doit aussi être équipé pour recevoir des fichiers documents en format Word, WordPerfect, PDF, AI, EPS, PSD, PPT et Excel.

L'entrepreneur doit également être en mesure de mettre à niveau ou de remplacer les logiciels qu'il utilise afin de tenir compte des changements apportés par Agriculture et Agroalimentaire à ses logiciels pendant toute la période du contrat.

A.9.7 Évaluation de la campagne publicitaire

L'entrepreneur doit fournir, sur demande, l'information et le matériel aux autres entrepreneurs du gouvernement du Canada afin de mettre à l'essai les concepts créatifs de la campagne de publicité et d'évaluer son incidence sur l'auditoire à l'aide d'enquêtes postérieures d'évaluation de la campagne.

Remarque : Conformément à la procédure de gestion de la publicité de la Politique de communication du gouvernement du Canada, toutes les institutions doivent effectuer des mises à l'essai des campagnes de publicité dont les achats médias totalisent plus de 1 M\$ (taxes, frais et droits en sus). Les institutions sont également tenues de faire une évaluation postérieure de toutes les campagnes publicitaires comportant des achats médias de plus de 1 M\$ (taxes, frais et droits en sus) en se servant de l'Outil d'évaluation des campagnes publicitaires (OECPC).

Remarque : Les recherches sur l'opinion publique ne font pas partie du présent besoin, et feront l'objet de marchés distincts du gouvernement du Canada.

A.9.8 Achats écologiques

Tous les projets devraient être réalisés dans le plus grand respect possible de l'environnement.

- Toute la correspondance et tous les produits livrables présentés d'une manière autre qu'électronique devront être certifiés comme provenant d'une forêt gérée de manière durable ou comprendre au moins 30 % de matières recyclées, et être traités sans chlore, si possible.
- L'impression recto verso des photocopies sera la norme, sauf avis contraire de l'autorité responsable du projet.
- Les documents photocopiés doivent être en noir et blanc, sauf indication contraire.
- L'entrepreneur est invité à fournir des preuves aux fins d'examen et d'approbation du client soit à l'écran ou par courriel, clé USB, DVD ou fichier compressé, dans toute la mesure du possible.
- Si des documents imprimés sont nécessaires (sauf pour les échantillons), l'impression se fera recto verso, sauf indication contraire de la part du client.

A.10 Assistance offerte par le Ministère

Agriculture et Agroalimentaire Canada désignera une autorité chargée de projet pour la campagne et s'acquittera des tâches suivantes :

- assurer la coordination du projet dans son ensemble, orienter et diriger l'entrepreneur au besoin, et accepter et approuver les produits livrables de l'entrepreneur au nom d'Agriculture et Agroalimentaire Canada;
- donner accès aux résultats de recherche;
- s'il y a lieu, fournir des recommandations et des directives se rapportant à la participation des partenaires ou à la conception de produits livrables visant à soutenir les ententes de collaboration propres à la campagne;
- donner accès aux identificateurs graphiques du gouvernement du Canada.

Dès le début du contrat, Agriculture et Agroalimentaire Canada fournira ce qui suit :

- du matériel concernant la Politique alimentaire;
- des rapports de recherche se rapportant à la campagne de promotion pour l'achat de produits canadiens, y compris des recherches sur l'opinion publique;

- une analyse environnementale de la liste de partenaires éventuels dressée par Agriculture et Agroalimentaire Canada.

A.11 Réunions

L'entrepreneur doit être prêt à rencontrer les représentants d'Agriculture et Agroalimentaire Canada, à Ottawa, pendant la durée du contrat et, au besoin, divers publics cibles, par conférence téléphonique ou en personne. Bon nombre de ces réunions porteront sur l'examen, l'évaluation et le perfectionnement du matériel créatif de la campagne qui ne peuvent se réaliser que par une collaboration en personne. L'entrepreneur pourrait aussi devoir livrer divers exposés pendant l'ensemble du processus. En outre, la nécessité d'effectuer un tel examen pourrait apparaître de toute urgence, à l'occasion.

A.12 Déplacements

Agriculture et Agroalimentaire Canada assumera les frais de déplacement raisonnables pour les représentants de l'entrepreneur, conformément aux lignes directrices sur les voyages du Conseil du Trésor, lorsque des déplacements seront requis pour participer à des réunions nécessitant une collaboration en personne. Lorsqu'un déplacement sera jugé nécessaire, l'entrepreneur soumettra une estimation de coût à l'autorité chargée de projet et devra obtenir son autorisation avant de se déplacer.

ANNEXE "B" BASE DE PAIEMENT

REMARQUE AUX SOUMISSIONNAIRES:

Les soumissionnaires sont tenus de soumettre un taux horaire pour les trois (3) catégories de service clés ainsi qu'un (1) taux horaire pondéré (voir le tableau à B.1). Le taux horaire pondéré qui doit être soumis est le taux que les soumissionnaires factureront pour tous les services qui ne sont pas couverts par les catégories de service clés, tels que (sans toutefois s'y limiter):

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

Les soumissionnaires seront payés en conformité avec la Base de paiement qui suit pour le travail exécuté en vertu de chaque AT. Les soumissionnaires doivent inclure toutes les dépenses de l'agence dans leurs taux horaires car aucune autre dépense ou commission ne sera payée en plus de ces taux. Il s'agit de taux horaires fermes et ils seront utilisés dans l'évaluation.

B.1 TAUX HORAIRES FERMES

L'entrepreneur sera payé des taux horaires fermes comme suit, pour les travaux exécutés en vertu du contrat. Ils comprennent le coût de la main-d'œuvre, les avantages sociaux, les dépenses générales et administratives, les frais généraux, le profit et les autres du même genre, à l'exception seulement des taxes applicables. Toutes dépenses normalement encourues pour la prestation des services (c.-à-d. poste de travail [incluant l'équipement et les logiciels de l'entrepreneur], le traitement de texte, les estimations de travail, les photocopies, les frais de courrier et de téléphone, les déplacements locaux et les autres du même genre) sont incluses dans les taux horaires identifiés dans la présente et ne seront pas autorisées comme coûts dans le cadre des commandes subséquentes à une offre à commandes. **L'entrepreneur n'est pas autorisé de facturer des taux horaires pour la préparation des devis ni des autorisations de tâches.**

Les taux doivent être en dollars canadiens, excluant les taxes applicables, FAB destination, incluant les droits de douane et les taxes d'accise canadiens.

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

Catégorie de services	Taux Horaire : période du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation
Services de gestion et de coordination de comptes	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Services de planification stratégique et de développement	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$

Services de création et de production	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$
Taux pondéré	_____ \$	_____ \$	_____ \$	_____ \$

B.2 PRODUCTION COÛTS DE PRODUCTION

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

B.2.1 SERVICES DE SOUS-TRAITANCE

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

POUR LES SERVICES DE SOUS-TRAITANCE AU-DESSUS DE 25 000\$ (TPS/TVH INCLUS)

Durant la période du contrat qui inclut les périodes de prolongation, l'entrepreneur obtiendra des soumissions d'au moins trois (3) fournisseurs externes. L'entrepreneur doit fournir, à l'autorité contractante et au chargé de projet, les noms des fournisseurs qui ont soumissionné, le montant total de chaque soumission obtenue, les critères de sélection et les résultats. Un service sous-traité de plus de 25 000 \$ (TPS / TVH inclus) s'applique à la somme totale de la valeur en dollars de chaque service sous-traité par contrat subséquent par rapport à un contrat subséquent.

B.2.2 DÉPENSES DIRECTES

Les honoraires professionnels soumis sous B.1 sont des taux tout compris.

L'entrepreneur sera remboursé pour les coûts directs qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux. Ces coûts seront remboursés au coût réel, sans majoration, sur présentation d'un état détaillé des coûts accompagné des reçus appropriés, à condition que ces services soient justifiés lors de l'approbation de la contrat. Ces frais directs doivent être préalablement autorisés par le chargé de projet.

B.3 FRAIS DE DÉPLACEMENT ET DE SUBSISTANCE

L'entrepreneur sera remboursé pour ses frais autorisés de déplacement et de subsistance qu'il a raisonnablement et convenablement engagés dans l'exécution des travaux, au prix coûtant, sans aucune indemnité pour le profit et(ou) les frais administratifs généraux, conformément aux indemnités relatives aux repas et à l'utilisation d'un véhicule privé qui sont précisées aux appendices B, C et D de la [Directive sur les voyages du Conseil national mixte](https://www.njc-cnm.gc.ca/directive/d10/fr) (<https://www.njc-cnm.gc.ca/directive/d10/fr>) et selon les autres dispositions de la Directive qui se rapportent aux « voyageurs » plutôt que celles qui se rapportent aux « employés ».

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

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

B.4 COENTREPRISE CONTRACTUELLE (le cas échéant)

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

ANNEXE "C" - FORMULAIRE D'AUTORISATION DE TACHE

All invoices/progress claims must show the reference Contract and Task numbers. Toutes les factures doivent indiquer les numéros du contrat et de la tâche.		Contract no. • No du contrat
		Task no. • No de la tâche
Title of the task, if applicable • Titre de la tâche, s'il y a lieu		Total estimated cost of task (GST/HST extra) • Coût total estimatif de la tâche (TPS/TVH en sus)
TA revision no. • No de révision de l'AT	Increase/decrease • Augmentation/réduction	Previous value • Valeur précédente
To • À	<p>TO THE CONTRACTOR You are requested to supply the following services in accordance with the terms of the above reference contract. Only services included in the contract shall be supplied against this task.</p> <p>Please advise the undersigned if the completion date cannot be met. Invoices/progress claims shall be prepared in accordance with the instructions set out in the contract.</p> <p>À L'ENTREPRENEUR Vous êtes priés de fournir les services suivants en conformité des termes du contrat mentionné ci-dessus. Seuls les services mentionnés dans le contrat doivent être fournis à l'appui de cette demande.</p> <p>Prière d'aviser le signataire si la livraison ne peut se faire dans les délais prescrits. Les factures doivent être établies selon les instructions énoncées dans le contrat.</p>	
Delivery location • Expédiez à		

Start of the Work for a TA

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

Début des travaux pour l'AT

Les travaux ne peuvent pas commencer avant que l'AT soit autorisée conformément au contrat.

Task description of the work required • Description de tâche des travaux requis	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Directives	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Deliverables • Produits à livrer	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Completion and submission dates • Dates d'achèvement et dates de livraison	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
TA revision description • Description de la révision de l'AT	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Basis and method of payment • Base et méthode de paiement	

Authorization(s)

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

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

Autorisation(s)

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

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

Name and title of authorized Project Authority • Nom et titre du chargé de projet autorisé à signer	
Signature	Date
PWGSC Contracting Authority • Autorité contractante de TPSGC	
Signature	Date

Contractor's Signature • Signature de l'entrepreneur

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

<input type="checkbox"/> Estimate received from Contractor • Devis reçu de l'entrepreneur	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Date	Initials • Initiales

<input type="checkbox"/> Revised Estimate received from Contractor • Devis révisé reçu de l'entrepreneur	See attached • Ci-joint <input type="checkbox"/>
Date	Initials • Initiales

ANNEXE "D"
INSTRUMENTS DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE

Tel qu'indiqué à la clause 3.1.2 de la Partie 3, le soumissionnaire doit compléter l'information ci-dessous afin d'identifier quels instruments de paiement électronique sont acceptés pour le paiement de factures.

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) ;
- () Virement télégraphique (international seulement) ;
- () Système de transfert de paiements de grande valeur (plus de 25 M\$)

ANNEXE "E"
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 gouvernement du Canada peuvent faire l'objet d'une vérification à tout moment. Je comprends que le Canada déclarera une soumission non recevable, ou un manquement de la part de l'entrepreneur, s'il est établi qu'une attestation est 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 du soumissionnaire. Le non-respect de toute demande ou exigence imposée par le Canada pourra rendre la soumission irrecevable ou constituer un manquement au contrat.

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

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

Remplir la partie A et la partie B.

A. Cocher seulement l'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, assujetti à 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 ou permanents à temps partiel au Canada.
- A5. Le soumissionnaire a un effectif combiné de 100 employés ou plus au Canada.
- 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 toujours en vigueur avec le Programme du travail d'EDSC.

OU

- A5.2 Le soumissionnaire atteste qu'il 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 d'attribution du contrat, l'entrepreneur doit remplir le formulaire « Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi » (LAB1168), le signer en bonne et due forme et le transmettre au Programme du travail d'EDSC.

B. Cocher seulement l'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 intitulée « Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation » dûment remplie (voir la section sur les coentreprises des instructions uniformisées).

ANNEXE "F" ÉVALUATION TECHNIQUE ET FINANCIÈRE

F1. SOMMAIRE DU PROCESSUS D'ÉVALUATION ET EXIGENCES GÉNÉRALES DES SOUMISSIONS

Le soumissionnaire DOIT respecter tous les critères obligatoires de l'Énoncé des travaux.

EXIGENCES TECHNIQUES OBLIGATOIRES		Notation
O1	Expérience de l'entreprise	SATISFAIT/NON SATISFAIT
NOTE MINIMALE REQUISE		ENTIÈREMENT ATTEINT
<ul style="list-style-type: none"> Les soumissions qui ne satisfont pas à tous les critères obligatoires seront jugées non recevables et seront rejetées d'emblée. 		

EXIGENCES TECHNIQUES COTÉES		NOTE MINIMALE DE PASSAGE	NOMBRE MAXIMUM DE POINTS
C1	Expérience du soumissionnaire	6 points	10 points
C2	Compréhension des exigences	3 points	5 points
C3	Approche de gestion	3 points	5 points
TOTAL DES POINTS		12 points	20 points
<ul style="list-style-type: none"> Les soumissions qui n'obtiendront pas le nombre minimum de points pour chacun des critères cotés seront jugées irrecevables et seront rejetées d'emblée. Aucun point partiel ne sera accordé. 			

F2. CRITÈRES D'ÉVALUATION TECHNIQUE

DIRECTIVES CONCERNANT LES RÉPONSES
<p>Les soumissionnaires sont priés d'organiser leur réponse en fonction des spécifications fournies dans le présent document, le cas échéant, afin de faciliter le processus d'évaluation. Les soumissionnaires devraient prendre note que :</p> <ul style="list-style-type: none"> certain aspects de la réponse seront limités par le nombre maximal de pages – une page est définie comme une feuille de papier de 8,5 po X 11 po imprimée avec un interligne simple dans la police de caractères Times New Roman d'une taille d'au moins 11 points, et qui comporte une marge d'au moins un (1) pouce sur tous les côtés; toute image comprise dans les pages sera considérée comme faisant partie de la longueur totale de la page; le contenu des liens ou adresses URL fournis ou soumis dans les réponses du soumissionnaire ne sera pas évalué; chaque exigence cotée doit être traitée à part entière dans la soumission. Les documents externes, par exemple du contenu figurant sur le site Web du soumissionnaire, ne seront pas évalués; le Canada n'exige ni ne recommande aux soumissionnaires d'entreprendre des travaux spéculatifs non rémunérés (p. ex. élaboration de stratégies, recherche, etc.) pour répondre à ces critères et rappelle à ces derniers les dispositions concernant les coûts de soumission qui figurent dans les instructions uniformisées 2003-15. Une combinaison des connaissances existantes des soumissionnaires et de l'information fournie dans la présente demande de propositions (DP) devrait être utilisée pour formuler les réponses; toute information supplémentaire fournie par les soumissionnaires ne sera pas évaluée.

La grille ci-dessous servira à évaluer chacun des critères cotés et la présentation.

Facteur (en pourcentage)	Pourcentage du total	Niveau de cotation
0	0 %	Insuffisant – L'information pertinente est insuffisante. Évaluation impossible.
1	20 %	Inacceptable – L'information fournie démontre que l'approche ou l'expérience du soumissionnaire ne répond pas aux critères énoncés et aux exigences générales.
2	40 %	Médiocre – L'information fournie démontre que l'approche ou l'expérience du soumissionnaire ne répond que partiellement aux critères énoncés ou ne s'applique que partiellement aux exigences générales.
3	60 %	Bien – L'information fournie démontre que la plupart des éléments de l'approche ou de l'expérience du soumissionnaire répondent aux critères énoncés et s'appliquent aux exigences générales.
4	80 %	Très bien – L'information fournie démontre que tous les éléments de l'approche ou de l'expérience du soumissionnaire répondent aux critères énoncés et s'appliquent aux exigences générales.
5	100 %	Excellent – L'information fournie démontre que tous les éléments de l'approche ou de l'expérience du soumissionnaire dépassent les critères énoncés et s'appliquent totalement aux exigences générales.

INSTRUCTIONS À L'INTENTION DE L'ÉVALUATEUR

- Seuls les facteurs de pourcentage présentés dans le tableau ci-dessus peuvent être utilisés dans la grille d'évaluation suivante. Autrement dit, les évaluateurs DOIVENT choisir UNIQUEMENT parmi les facteurs de pourcentage présentés : 1, 2, 3, 4, 5 et 0. Les facteurs tels que 1,75; 2,5; etc. NE DOIVENT PAS être utilisés.
- Le contenu des cases « Points » et « Nombre total de points » de la grille est calculé selon les facteurs de pourcentage attribués. Les évaluateurs NE DOIVENT PAS attribuer un nombre de points ne correspondant pas au facteur de pourcentage. Par exemple, 2,5/10 n'est pas un résultat acceptable, car 2,5 n'est pas un facteur de pourcentage dans le tableau suivant.

F2.1 ÉVALUATION TECHNIQUE OBLIGATOIRE

O1. Expérience de l'entreprise	NOTATION	
Le soumissionnaire doit avoir acquis l'expérience suivante dans les quatre (4) années précédant la date de clôture de la demande de soumission :		
Élaboration de stratégies, conception et production d'une (1) campagne de marketing et de publicité multimédia intégrée nationale* et bilingue dont le budget était d'au moins 1 M\$	SATISFAIT <input type="checkbox"/>	NON SATISFAIT <input type="checkbox"/>
*Une campagne nationale signifie une campagne menée dans au moins quatre (4) régions du Canada, dont le Québec. Voici la liste des six (6) régions possible : la Colombie-Britannique, les Prairies, l'Ontario, le Québec, l'Atlantique et les territoires.		
▪ Partenariats ou événements de marketing expérientiel (c'est-à-dire une tactique de marketing qui mobilise et encourage directement la participation à une initiative sociale) de portée nationale	SATISFAIT <input type="checkbox"/>	NON SATISFAIT <input type="checkbox"/>

Exigences de présentation

Remplir la liste de contrôle O1 ci-dessus.

F2.2 CRITÈRES TECHNIQUES COTÉS

C1. EXPÉRIENCE DU SOUMISSIONNAIRE

Cette exigence cotée évaluera l'exemple de la campagne de marketing et de publicité multimédia intégrée nationale et bilingue dont le budget était d'au moins 1 M\$ donné en réponse au critère O1 dans le cadre de laquelle le soumissionnaire a fourni des services d'élaboration de stratégies, de conception et de production dans les quatre (4) ans précédant la date de clôture de la demande de soumissions.

Donnez des détails sur le contexte de la campagne, le client, les objectifs, le public cible, l'échéancier et les enjeux particuliers de l'initiative.

Expliquez comment vous avez établi votre stratégie et décrivez-la brièvement, y compris en ce qui concerne les éléments suivants :

- approche créative – lien global avec les objectifs, l'image de marque, les médias et le public cible;
- compréhension du public cible et tactiques utilisées pour favoriser la sensibilisation et la mobilisation;
- rendement relatif au budget, aux délais et à l'environnement;
- difficultés et approche utilisée pour y remédier.

Donnez un exemple d'un concept créatif utilisé pour la campagne et expliquez comment il a été appliqué à trois éléments créatifs distincts.

Le soumissionnaire devrait aussi décrire ses processus d'assurance de la qualité du matériel de création qui est traduit ou adapté de l'une des deux langues officielles du Canada à l'autre, et donner un exemple d'adaptation du matériel de création. Il devrait inclure un exemplaire du matériel adapté. (L'échantillon de matériel de création ne sera pas inclus dans le nombre maximal de deux pages.)

Exigences de présentation

Nombre maximal de pages : deux pages (seules les deux premières pages de la réponse seront évaluées).

Chaque exemple doit être fourni en français et en anglais. Si l'annonce a été originalement produite uniquement dans l'une des langues officielles du Canada, elle doit être adaptée (le texte seulement) dans l'autre langue officielle avant d'être présentée.

Nombre maximal de points	10 points (5 points par exemple)
Nombre minimal de points	6 points (3 points par exemple)

C2. COMPRÉHENSION DES EXIGENCES

Afin de prouver qu'ils comprennent les exigences, les soumissionnaires devraient fournir un énoncé complet démontrant qu'ils comprennent la campagne de promotion pour l'achat de produits canadiens, qui est décrite en détail dans l'énoncé des travaux.

Les soumissionnaires doivent traiter des sujets suivants :

- le recours à des activités de publicité et de marketing numériques et traditionnelles permettant d'atteindre le plus efficacement les objectifs de la campagne et de joindre les publics cibles;
- les enjeux éventuels de la campagne et la description des solutions pour y remédier.

Exigences de présentation

Nombre maximal de pages : deux pages (seules les deux premières pages de la réponse seront évaluées).

Nombre maximal de points	5 points
---------------------------------	-----------------

Nombre minimal de points	3 points
---------------------------------	-----------------

C3. APPROCHE DE GESTION

Afin de démontrer leur approche de gestion, les soumissionnaires doivent expliquer comment ils ont géré le travail d'un ou de plusieurs clients semblables dans un contexte souvent caractérisé par de courts délais de planification et d'exécution, de manière à assurer une supervision, une coordination et une flexibilité appropriées, en s'adaptant à un environnement en constante évolution, au besoin. Le soumissionnaire doit décrire comment il a géré le travail, de l'étape de la conception jusqu'à celle de l'exécution, y compris comment il a géré la communication avec le client et comment il s'est adapté à l'évolution de l'environnement ou des circonstances.

Exigences de présentation

Nombre maximal de pages : deux pages (seules les deux premières pages de la réponse seront évaluées).

Nombre maximal de points	5 points
---------------------------------	-----------------

Nombre minimal de points	3 points
---------------------------------	-----------------

F3. ÉVALUATION FINANCIÈRE

Les taux ci-dessous sont seulement pour but de démonstration seulement et ne sont pas censés refléter aucune anticipation et ne représente pas les taux horaire actuels pour les services de publicité.

Afin de déterminer la note de prix, chaque soumission recevable sera évaluée proportionnellement au prix évalué le plus bas et selon un ratio de 20%.

Pour déterminer la note de l'évaluation financière de l'offre, les calculs suivant seront utilisés:

Étape 1 : Pour chaque soumissionnaire, une moyenne du taux horaire par catégorie de service sera calculée en utilisant chacune des périodes du contrat (période initiale, et les périodes de prolongation).

Exemple de l'étape 1 :

Soumissionnaire A

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Services de gestion et de coordination de comptes	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$
Services de planification stratégique et de développement	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$
Services de création et de production	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$
Taux pondéré	75,00 \$	75,00 \$	75,00 \$	75,00 \$	75,00 \$

Soumissionnaire B

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Services de gestion et de coordination de comptes	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$
Services de planification stratégique et de développement	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$
Services de création et de production	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$
Taux pondéré	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$

Soumissionnaire C

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Services de gestion et de coordination de comptes	185,00 \$	195,00 \$	205,00 \$	205,00 \$	197,50 \$
Services de planification stratégique et de développement	235,00 \$	245,00 \$	255,00 \$	255,00 \$	247,50 \$
Services de création et de production	235,00 \$	245,00 \$	255,00 \$	255,00 \$	247,50 \$
Taux pondéré	150,00 \$	155,00 \$	160,00 \$	160,00 \$	156,25 \$

Soumissionnaire D

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Services de gestion et de coordination de comptes	75,00 \$	75,00 \$	85,00 \$	85,00 \$	80,00 \$
Services de planification stratégique et de développement	75,00 \$	75,00 \$	85,00 \$	85,00 \$	80,00 \$
Services de création et de production	75,00 \$	75,00 \$	85,00 \$	85,00 \$	80,00 \$
Taux pondéré	50,00 \$	50,00 \$	50,00 \$	50,00 \$	50,00 \$

Soumissionnaire E

Catégorie de services	Taux Horaire : période initiale du contrat	Taux Horaire : 1ère période de prolongation	Taux Horaire : 2ème période de prolongation	Taux Horaire : 3ème période de prolongation	Taux Horaire Moyen
Services de gestion et de coordination de comptes	150,00 \$	155,00 \$	160,00 \$	165,00 \$	157,50 \$
Services de planification stratégique et de développement	150,00 \$	155,00 \$	160,00 \$	165,00 \$	157,50 \$
Services de création et de production	150,00 \$	155,00 \$	160,00 \$	165,00 \$	157,50 \$
Taux pondéré	150,00 \$	155,00 \$	160,00 \$	165,00 \$	157,50 \$

Étape 2 : Le taux horaire moyen le plus haut et le plus bas par catégorie de service seront retirés avant de calculer le taux globale par catégorie. S'il y a trois soumissionnaires ou moins, aucun taux horaire sera retiré.

Exemple de l'étape 2 :

Soumissionnaire	Gestion de gestion et de coordination de comptes	Services de planification stratégique et de développement	Services de création et de production	Taux pondéré
Soumissionnaire A	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	75,00 \$
Soumissionnaire B	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$
Soumissionnaire C	197,50 \$	247,50 \$	247,50 \$	156,25 \$
Soumissionnaire D	80,00 \$	80,00 \$	80,00 \$	50,00 \$
Soumissionnaire E	157,50 \$	157,50 \$	157,50 \$	157,50 \$
MOYENNE GLOBALE	120,83 \$	120,83 \$	120,83 \$	112,08 \$

Étape 3 : Une offre sera considérée non-recevable, si le taux horaire moyen d'un soumissionnaire, par catégorie, est plus de 50% en dessous ou 100% au-dessus de la moyenne globale d'une catégorie.

Exemple de l'étape 3 :

Soumissionnaire	Gestion de gestion et de coordination de comptes	Services de planification stratégique et de développement	Services de création et de production	Taux pondéré
Soumissionnaire A	100,00 \$	100,00 \$	100,00 \$	75,00 \$
Soumissionnaire B	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$	105,00 \$
Soumissionnaire C	197,50 \$	247,50 \$	247,50 \$	156,25 \$
Soumissionnaire D	80,00 \$	80,00 \$	80,00 \$	50,00 \$
Soumissionnaire E	157,50 \$	157,50 \$	157,50 \$	157,50 \$
MOYENNE GLOBALE	120,83 \$	120,83 \$	120,83 \$	112,08 \$

Taux horaire recevable maximum	241,66 \$	241,66 \$	241,66 \$	224,16 \$
Taux horaire recevable minimum	60,42 \$	60,42 \$	60,42 \$	56,04 \$

L'offre du soumissionnaire C serait considéré non-recevable car elle n'a pas rencontré le taux horaire recevable maximum dans deux catégories. L'offre du soumissionnaire D serait considéré non-recevable car elle n'a pas rencontré le taux horaire recevable minimum pour le taux pondéré.

Étape 4 : La note pondérée financière sera déterminée par catégorie de service.

Exemple de l'étape 4 :

Taux horaire de la proposition la
moins-disante
_____ X 5 = Note financière pondérée par catégorie
Taux horaire du soumissionnaire

Soumissionnaire	Gestion de gestion et de coordination de comptes	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	100,00 \$	5.00
Soumissionnaire B	105,00 \$	4.76
Soumissionnaire E	157,50 \$	3.17

Soumissionnaire	Services de planification stratégique et de développement	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	100,00 \$	5.00
Soumissionnaire B	105,00 \$	4.76
Soumissionnaire E	157,50 \$	3.17

Soumissionnaire	Services de création et de production	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	100,00 \$	5.00
Soumissionnaire B	105,00 \$	4.76
Soumissionnaire E	157,50 \$	3.17

Soumissionnaire	Taux pondéré	Note financière pondérée
Soumissionnaire A	75,00 \$	5.00
Soumissionnaire B	105,00 \$	3.57
Soumissionnaire E	157,50 \$	2.39

Étape 5 : La note financière totale sera calculée en additionnant les notes financières pondérées par catégorie.

Soumissionnaire	Gestion de gestion et de coordination de comptes	Services de planification stratégique et de développement	Services de création et de production	Taux pondéré	Note financière Totale
Soumissionnaire A	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
Soumissionnaire B	4.76	4.76	4.76	3.57	17.85
Soumissionnaire E	3.17	3.17	3.17	2.39	11.90