



**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**

**Vendor/Firm Name and Address**

**Raison sociale et adresse du**

**fournisseur/de l'entrepreneur**

**Issuing Office - Bureau de distribution**

Communication Procurement Directorate/Direction de  
l'approvisionnement en communication

360 Albert St. / 360, rue Albert

12th Floor / 12ième étage

Ottawa

Ontario

K1A 0S5

<b>Title - Sujet</b> Services Marketing expérientiel	
<b>Solicitation No. - N° de l'invitation</b> HT399-202481/A	<b>Date</b> 2021-03-10
<b>Client Reference No. - N° de référence du client</b> HT399-20-2481	
<b>GETS Reference No. - N° de référence de SEAG</b> PW-\$\$CX-024-79835	
<b>File No. - N° de dossier</b> cx024.HT399-202481	<b>CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME</b>
<b>Solicitation Closes - L'invitation prend fin</b> <b>at - à 02:00 PM</b> Eastern Daylight Saving Time EDT <b>on - le 2021-03-30</b> Heure Avancée de l'Est HAE	
<b>F.O.B. - F.A.B.</b> <b>Plant-Usine:</b> <input type="checkbox"/> <b>Destination:</b> <input checked="" type="checkbox"/> <b>Other-Autre:</b> <input type="checkbox"/>	
<b>Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à:</b> Wadas(cx024), Jack	<b>Buyer Id - Id de l'acheteur</b> cx024
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> (873) 353-0839 ( )	<b>FAX No. - N° de FAX</b> ( ) -
<b>Destination - of Goods, Services, and Construction:</b> <b>Destination - des biens, services et construction:</b> Voir ci-après.	

**Instructions: See Herein**

**Instructions: Voir aux présentes**

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

---

## TABLE DES MATIÈRES

PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX .....	3
1.1 INTRODUCTION.....	3
1.2 SOMMAIRE .....	3
1.3 COMPTE RENDU .....	4
PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES .....	5
2.1 INSTRUCTIONS, CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES .....	5
2.2 PRÉSENTATION DES SOUMISSIONS .....	7
2.3 ANCIEN FONCTIONNAIRE .....	7
2.4 DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS – EN PÉRIODE DE SOUMISSION .....	9
2.5 LOIS APPLICABLES .....	9
2.6 FONDAMENT DU TITRE DU CANADA SUR LES DROITS DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE.....	9
2.7 PROCESSUS DE CONTESTATION DES OFFRES ET MÉCANISMES DE RECOURS.....	9
PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS .....	11
3.1 INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS .....	11
PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION .....	13
4.1 PROCÉDURES D'ÉVALUATION .....	13
4.2 MÉTHODE DE SÉLECTION.....	13
PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES .....	15
5.1 ATTESTATIONS EXIGÉES AVEC LA SOUMISSION.....	15
5.2 ATTESTATIONS PRÉALABLES À L'ATTRIBUTION DU CONTRAT ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES ..	15
PARTIE 6 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT.....	17
6.1 ÉNONCÉ DES TRAVAUX.....	17
6.2 CLAUSES ET CONDITIONS UNIFORMISÉES.....	18
6.3 EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ .....	19
6.4 DURÉE DU CONTRAT .....	19
6.5 RESPONSABLES.....	19
6.6 DIVULGATION PROACTIVE DE MARCHÉS CONCLUS AVEC D'ANCIENS FONCTIONNAIRES .....	20
6.7 PAIEMENT.....	20
6.8 INSTRUCTIONS RELATIVES À LA FACTURATION.....	22
6.9 ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES .....	22
6.10 LOIS APPLICABLES .....	23
6.11 ORDRE DE PRIORITÉ DES DOCUMENTS .....	23
6.12 ASSURANCES .....	24
6.13 RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS .....	24
ANNEXE A .....	25
ÉNONCÉ DES TRAVAUX .....	25
ANNEXE B .....	40
BASE DE PAIEMENT .....	40
ANNEXE C .....	43
CRITÈRES D'ÉVALUATION.....	43
ANNEXE D DE LA PARTIE 3 DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS .....	56
INSTRUMENTS DE PAIEMENT ÉLECTRONIQUE .....	56

N° de l'invitation - Sollicitation No.  
HT399-202481/A  
N° de réf. du client - Client Ref. No.  
HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.  
File No. - N° du dossier  
CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID  
CX024  
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

---

ANNEXE E DE LA PARTIE 5 DE LA DEMANDE DE SOUMISSIONS .....	57
PROGRAMME DE CONTRATS FÉDÉRAUX POUR L'ÉQUITÉ EN MATIÈRE D'EMPLOI – ATTESTATION .....	57
ANNEXE F .....	58
FORMULAIRE TPSGC-PWGSC 572 AUTORISATION DE TÂCHES.....	58

---

## **PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX**

### **1.1 Introduction**

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

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

Les annexes comprennent l'Énoncé des travaux, la Base de paiement, les Critères d'évaluation, les instruments de paiement électronique, le Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation, le formulaire TPSGC-PWGSC 572 Autorisation de tâches.

### **1.2 Sommaire**

1.2.1 Santé Canada (SC) a besoin des services d'un entrepreneur afin d'élaborer, de mettre en œuvre et de gérer plusieurs programmes nationaux d'événements de marketing expérientiel sur une variété de sujets de risque pour la santé et la sécurité en sensibilisant aux risques pour la santé et la sécurité et en engageant le dialogue avec son public cible, dans une façon virtuelle ou présentielle.

L'accent sera mis sur fournir, aux Canadiens, de renseignements ciblés, opportuns, pertinents, complets et accessibles afin de les aider à prendre des décisions éclairées pour ; protéger leur santé, susciter une prise de conscience, un engagement et accroître la portée des campagnes de marketing social nouvelles et existantes de SC et de l'Agence de la santé publique de Canada (ASPC). Cela, les aide, aussi, à accroître la distribution et l'utilisation de l'information, des conseils et des ressources de SC et de l'ASPC dans le but de changer les comportements et d'améliorer la santé et la sécurité des Canadiens.

La période ferme du contrat sera du à partir de la date du contrat au 31 mars 2022 avec quatre années d'option irrévocables d'un an exerçables, à la seule discrétion du Canada.

1.2.2 L'exigence est assujettie aux dispositions de l'Accord de libre-échange canadien (ALEC).

1.2.3 Pour ce besoin, une préférence est accordée aux services canadiens.

1.2.4 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.

- 1.2.5 Le Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi s'applique au présent besoin; veuillez-vous référer à la Partie 5 – Attestations et renseignements supplémentaires, la Partie 7 – Clauses du contrat subséquent et l'annexe intitulée Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation.
- 1.2.6 Cette demande de soumissions permet aux soumissionnaires d'utiliser le service Connexion postal offert par la Société canadienne des postes pour la transmission électronique de leur soumission. Les soumissionnaires doivent consulter la partie 2, Instructions à l'intention des soumissionnaires, et partie 3, Instructions pour la préparation des soumissions, de la demande de soumissions, pour obtenir de plus amples renseignements.

### **1.3 Compte rendu**

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

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

### 2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées

Les instructions uniformisées 2003 sont modifiées comme suit :

L'article 05, Présentation des soumissions, est modifié comme suit :

le sous-article 4. :

Supprimer : 60 jours

Insérer : 90 jours

L'article 08, Transmission par télécopieur ou par le service Connexion postal, est modifié comme suit :

le sous-article 2. est entièrement supprimé et remplacé par ce qui suit :

#### 2. Connexion postal

- a. Sauf indication contraire dans la demande de soumissions, les soumissions peuvent être transmises à l'aide du service Connexion postal offert par la Société canadienne des postes.
  - i. TPSGC, région de la capitale nationale : La seule adresse de courriel acceptable avec Connexion postal pour transmettre une réponse à une demande de soumissions établie par l'administration centrale de TPSGC est :

[tpsgc.dgareceptiondessoumissions-abbidreceiving.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:tpsgc.dgareceptiondessoumissions-abbidreceiving.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca) ou

le cas échéant, l'adresse courriel indiquée dans la demande de soumissions.

- ii. Bureaux régionaux de TPSGC : La seule adresse de courriel acceptable avec Connexion postal pour transmettre une réponse à une demande de soumissions établie par les bureaux régionaux de TPSGC est indiquée dans la demande de soumissions.
- b. Pour transmettre une soumission à l'aide du service Connexion postal, le soumissionnaire doit utiliser l'une des deux options suivantes :
  - i. envoyer directement sa soumission uniquement à l'Unité de réception des soumissions de TPSGC précisée à l'aide de sa propre licence d'utilisateur du service Connexion postal en vigueur entre son entreprise et la Société canadienne des postes; ou
  - ii. envoyer dès que possible et, dans tous les cas, au moins six jours ouvrables avant la date de clôture de la demande de soumissions (afin de garantir une réponse), un courriel qui contient le numéro de la demande de soumissions à l'Unité de réception des soumissions de TPSGC précisée pour demander d'ouvrir une conversation Connexion postal. Les demandes d'ouverture de conversation Connexion postal reçues après cette date pourraient rester sans réponse.
- c. Si le soumissionnaire envoie un courriel demandant le service Connexion postal à l'Unité de réception des soumissions précisée dans la demande de soumissions, un agent de l'Unité de réception des soumissions entamera alors la conversation Connexion postal. La conversation du service Connexion postal créera une notification par courriel de la

Société canadienne des postes invitant le soumissionnaire à accéder au message dans la conversation et à prendre les mesures nécessaires pour répondre. Le soumissionnaire pourra transmettre sa soumission en réponse à la notification à n'importe quel moment avant la date et l'heure de clôture de la demande de soumissions.

- d. Si le soumissionnaire utilise sa licence d'entreprise en vigueur pour envoyer sa soumission, il doit maintenir la conversation Connexion postel ouverte jusqu'à au moins 30 jours ouvrables après la date et l'heure de clôture de la demande de soumissions.
- e. Le numéro de la demande de soumissions devrait être indiqué dans le champ réservé à la description dans toutes les transmissions électroniques.
- f. Il est important de savoir qu'il faut avoir une adresse postale canadienne pour utiliser le service Connexion postel. Si le soumissionnaire n'en a pas, il peut utiliser l'adresse de l'Unité de réception des soumissions indiquée dans la demande de soumissions pour s'inscrire au service Connexion postel.
- g. Dans le cas des transmissions par le service Connexion postel, le Canada ne pourra pas être tenu responsable de tout retard ou panne touchant la transmission ou la réception des soumissions. Entre autres, le Canada n'assumera aucune responsabilité pour ce qui suit :
  - i. réception d'une soumission brouillée, corrompue ou incomplète;
  - ii. disponibilité ou état du service Connexion postel;
  - iii. incompatibilité entre le matériel utilisé pour l'envoi et celui utilisé pour la réception;
  - iv. retard dans la transmission ou la réception de la soumission;
  - v. défaut de la part du soumissionnaire de bien indiquer la soumission;
  - vi. illisibilité de la soumission;
  - vii. sécurité des données contenues dans la soumission;
  - viii. incapacité de créer une conversation électronique par le service Connexion postel.
- h. L'Unité de réception des soumissions enverra un accusé de réception des documents de la soumission au moyen de la conversation Connexion postel, peu importe si la conversation a été initiée par le fournisseur à l'aide de sa propre licence ou par l'Unité de réception des soumissions. Cet accusé de réception ne confirmera que la réception des documents de soumission et ne confirmera pas si les pièces jointes peuvent être ouvertes ou si le contenu est lisible.
- i. Les soumissionnaires doivent veiller à utiliser la bonne adresse courriel pour l'Unité de réception des soumissions lorsqu'ils amorcent une conversation dans Connexion postel ou communiquent avec l'Unité de réception des soumissions et ne doivent pas se fier à l'exactitude d'un copié-collé de l'adresse courriel dans le système Connexion postel.
- j. Une soumission transmise par le service Connexion postel constitue la soumission officielle du soumissionnaire et doit être conforme à l'article 05.

Toutes les instructions, clauses et conditions identifiées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans le Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat (<https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisees-d-achat>) 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, (2020-05-28) Instructions uniformisées – biens ou services - besoins concurrentiels, est incorporé par renvoi dans la demande de soumissions et en fait partie intégrante.

## 2.2 Présentation des soumissions

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

Remarque : Pour les soumissionnaires qui choisissent de présenter leurs soumissions en utilisant Connexion postel pour la clôture des soumissions à l'Unité de réception des soumissions dans la région de la capitale nationale, l'adresse de courriel est la suivante :

[tpsgc.dgareceptiondessoumissions-abbidreceiving.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:tpsgc.dgareceptiondessoumissions-abbidreceiving.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca)

Remarque : Les soumissions ne seront pas acceptées si elles sont envoyées directement à cette adresse de courriel. Cette adresse de courriel doit être utilisée pour ouvrir une conversation Connexion postel, tel qu'indiqué dans les instructions uniformisées 2003 ou pour envoyer des soumissions au moyen d'un message Connexion postel si le soumissionnaire utilise sa propre licence d'utilisateur du service Connexion postel.

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

## 2.3 Ancien fonctionnaire

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

### Définition

Aux fins de cette clause,

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

- a. un individu;



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

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

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

#### Ancien fonctionnaire touchant une pension

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

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

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

En fournissant ces renseignements, les soumissionnaires acceptent que le statut du soumissionnaire retenu, en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension, figure dans les rapports de divulgation proactive, sur les sites Web des ministères, conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2019-01 et aux 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.

## 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 7 jours civils avant la date de clôture des soumissions. Pour ce qui est des demandes de renseignements reçues après ce délai, il est possible qu'on ne puisse pas y répondre.

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

## 2.5 Lois applicables

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

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

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

Santé Canada a déterminé que tout droit de propriété intellectuelle découlant de l'exécution des travaux prévus par le contrat subséquent appartiendra au Canada, pour les motifs suivants, tel que défini dans la Politique sur les droits de propriété intellectuelle issus de marchés conclus avec l'État : Lorsque le marché d'acquisition de l'État ou les produits à livrer aux termes de celui-ci, est d'obtenir des connaissances et des renseignements qui seront diffusés au public.

## 2.7 Processus de contestation des offres et mécanismes de recours

- (a) Les fournisseurs potentiels ont accès à plusieurs mécanismes pour contester des aspects du processus d'approvisionnement jusqu'à l'attribution du marché, inclusivement.
- (b) Le Canada invite les fournisseurs à porter d'abord leurs préoccupations à l'attention de l'autorité contractante. Le site Web du Canada Achats et ventes, sous le titre « Processus de contestation des soumissions et mécanismes de recours », fournit de l'information sur les organismes de traitement des plaintes possibles, notamment :
  - Bureau de l'ombudsman de l'approvisionnement (BOA)

N° de l'invitation - Solicitation No.

HT399-202481/A

N° de réf. du client - Client Ref. No.

HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.

File No. - N° du dossier

CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID

CX024

N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

- 
- Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCE)
- (c) Les fournisseurs devraient savoir que des **délais stricts** sont fixés pour le dépôt des plaintes et qu'ils varient en fonction de l'organisation concernée. Les fournisseurs devraient donc agir rapidement s'ils souhaitent contester un aspect du processus d'approvisionnement.

---

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

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

Le Canada exige de sa part qu'il respecte l'article 08 des instructions uniformisées 2003. Le système Connexion postel a une limite de 1 Go par message individuel affiché et une limite de 20 Go par conversation.

La soumission doit être présentée en sections distinctes comme suit :

Section I : Soumission technique

Section II : Attestations

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

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

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

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

Dans leur soumission technique, les soumissionnaires devraient démontrer leur compréhension des exigences contenues dans la demande de soumissions et expliquer comment ils répondront à ces exigences. Les soumissionnaires devraient démontrer leur capacité de façon complète, concise et claire pour effectuer les travaux.

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

#### **Section II :**

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

#### **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.

N° de l'invitation - Solicitation No.

HT399-202481/A

N° de réf. du client - Client Ref. No.

HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.

File No. - N° du dossier

CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID

CX024

N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

---

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

---

## **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, incluant les critères d'évaluation techniques.
- b) Une équipe d'évaluation composée de représentants du Canada évaluera les soumissions.

#### **4.1.1 Évaluation technique**

Les soumissionnaires DOIVENT respecter toutes les conditions obligatoires de la demande de propositions. Les soumissions qui ne respectent pas ces conditions seront rejetées.

Pour satisfaire à l'exigence relative à l'expérience décrite dans le présent document, le soumissionnaire doit fournir une preuve suffisante des travaux. Dans le cas d'une coentreprise, l'expérience combinée des parties dormant la coentreprise sera prise en considération dans l'évaluation de l'expérience du soumissionnaire. La seule énumération de l'expérience acquise sans fournir de renseignements à l'appui sur l'acquisition de cette expérience entraînera le rejet de l'expérience dans l'évaluation et risque de rendre l'offre non conforme.

**4.1.1.1** Les critères techniques obligatoires et les critères techniques cotés sont inclus dans l'annexe C.

### **4.2 Méthode de sélection**

#### **4.2.1 Méthode de sélection – Cote technique le plus élevé**

1. Pour être déclarée recevable, une soumission doit :
  - a. respecter toutes les exigences de la demande de soumissions;
  - b. satisfaire à tous les critères d'évaluation techniques obligatoires; et
  - c. obtenir le nombre minimal de points requis, soit 89 points, dans l'ensemble, pour les critères d'évaluation technique qui font l'objet d'une cotation par points. L'évaluation est établie sur une échelle de 155 points.
2. Les soumissions ne répondant pas aux exigences de a) ou b) ou c) seront déclarées non recevables. La soumission recevable ayant obtenu le plus grand nombre de points sera recommandée pour attribution d'un contrat.

#### **4.2.2 Détermination des bris d'égalité**

##### **Étape 1 ;**

Au cas où, à la suite d'une évaluation technique, qu'une ou plusieurs (1) offres auraient un nombre total de points égal, l'autorité contractante sélectionnera celle qui obtiendra le plus grand nombre de points selon les critères suivants: C1 (Pertinence, efficacité et justification des activités et tactiques de marketing expérientiel mises en œuvre), en tant qu'offre gagnante.

##### **Étape 2 ;**

N° de l'invitation - Solicitation No.

HT399-202481/A

N° de réf. du client - Client Ref. No.

HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.

File No. - N° du dossier

CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID

CX024

N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

---

Si l'égalité persiste après l'étape 1, l'autorité contractante sélectionnera l'offre qui obtiendra le plus grand nombre de points selon les critères de: C2 (Pertinence et efficacité du matériel et/ou des activités de sensibilisation des communications créées), en tant qu'offre gagnante.

### **Étape 3;**

Si l'égalité persiste après l'étape 2, l'autorité contractante sélectionnera l'offre qui obtiendra le plus grand nombre de points selon les critères suivants: C3 (Plan d'action), en tant qu'offre gagnante.

### **Étape 4 ;**

Si l'égalité persiste après l'étape 3, l'autorité contractante sélectionnera l'offre qui obtiendra le plus grand nombre de points en fonction des critères suivants: C4 (Pertinence des tâches et des activités du projet), en tant qu'offre gagnante.

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

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

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

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

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

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

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

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

##### **5.1.2.1 Attestation du contenu canadien**

Cet achat est limité aux services canadiens.

Le soumissionnaire atteste que :

( ) les services offerts sont des services canadiens, tel que défini au paragraphe 4 de la clause A3050T.

Pour de plus amples renseignements afin de déterminer le contenu canadien de plusieurs produits, plusieurs services ou une combinaison de produits et de services, consulter l'Annexe 3.6, Exemple 2 du Guide des approvisionnements.

Les soumissionnaires devraient fournir cette attestation avec leur soumission. Si l'attestation n'est pas remplie et fournie avec la soumission, l'autorité contractante en informera le soumissionnaire et lui donnera un délai afin de fournir cette attestation remplie. Le défaut de répondre à la demande de l'autorité contractante et de fournir l'attestation remplie aura pour conséquence que la soumission sera déclarée non recevable.

##### **5.1.2.1.1 Clause du Guide des CUA A3050T (2020-07-01), Définition du contenu canadien**

### **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>), 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>).

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.

---

## **PARTIE 6 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT**

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

### **6.1 Énoncé des travaux**

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

#### **6.1.2 Autorisation de tâches**

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

##### **6.1.2.1 Processus d'autorisation de 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. L'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 5 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 le chargé de projet. L'entrepreneur reconnaît que avant la réception d'une AT le travail effectué sera à ses propres risques.

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

Le chargé de projet peut autoriser les autorisations de tâches individuelles jusqu'à une limite de 250,000.00\$, les taxes applicables incluses, y compris toutes révisions.

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

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

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

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

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

Voici la répartition des trimestres :

premier trimestre : du 1er avril au 30 juin;

deuxième trimestre : du 1er juillet au 30 septembre;

troisième trimestre : du 1er octobre au 31 décembre;

quatrième trimestre : du 1er janvier au 31 mars.

Les données doivent être présentées à l'autorité contractante dans les 30 jours civils suivant la fin de la période de référence.

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

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

#### **Pour chaque AT autorisée:**

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

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

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

## **6.2 Clauses et conditions uniformisées**

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

### **6.2.1 Conditions générales**

2035 (2020-05-28), Conditions générales - besoins plus complexes de services, s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

### **6.2.2 Conditions générales supplémentaires**

4007 (2010-08-16), Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux s'appliquent au contrat et en font partie intégrante.

---

### **6.3 Exigences relatives à la sécurité**

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

### **6.4 Durée du contrat**

#### **6.4.1 Période du contrat**

La période du contrat est à partir de la date du contrat jusqu'au 31 mars 2022.

#### **6.4.2 Option de prolongation du contrat**

L'entrepreneur accorde au Canada l'option irrévocable de prolonger la durée du contrat pour au plus 4 période(s) supplémentaire(s) de 1 année(s) chacune, selon les mêmes conditions. L'entrepreneur accepte que pendant la période prolongée du contrat, il sera payé conformément aux dispositions applicables prévues à la Base de paiement.

Le Canada peut exercer cette option à n'importe quel moment, en envoyant un avis écrit à l'entrepreneur au moins 30 jours civils avant la date d'expiration du contrat. Cette option ne pourra être exercée que par l'autorité contractante et sera confirmée, pour des raisons administratives seulement, par une modification au contrat.

#### **6.4.3 Ententes sur les revendications territoriales globales (ERTG)**

Le contrat avec autorisations de tâches est d'établir la livraison du besoin décrit dans le cadre du contrat 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 ERTG 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.

### **6.5 Responsables**

#### **6.5.1 Autorité contractante**

L'autorité contractante pour le contrat est:

Nom : Jack Wadas ou délégué

Titre : Spécialiste en approvisionnements

Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Direction générale des approvisionnements

Direction : Direction de l'approvisionnement en communication

Téléphone : (873) 353-0839

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

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

#### **6.5.2 Chargé de projet**

(insérer à l'attribution du contrat)

N° de l'invitation - Solicitation No.  
HT399-202481/A  
N° de réf. du client - Client Ref. No.  
HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.  
File No. - N° du dossier  
CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID  
CX024  
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

Le chargé de projet pour le contrat est :

Nom : \_\_\_\_\_  
Titre : \_\_\_\_\_  
Organisation : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_

Téléphone : \_\_\_\_ - \_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
Télécopieur : \_\_\_\_ - \_\_\_\_ - \_\_\_\_\_  
Courriel : \_\_\_\_\_

Le chargé de projet représente le ministère ou l'organisme pour lequel les travaux sont exécutés dans le cadre du contrat. Il est responsable de toutes les questions liées au contenu technique des travaux prévus dans le contrat. On peut discuter des questions techniques avec le chargé de projet; cependant, celui-ci ne peut pas autoriser 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.

### 6.5.3 Représentant de l'entrepreneur

(insérer à l'attribution du contrat)

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

En fournissant de l'information sur son statut en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la Loi sur la pension de la fonction publique (LPFP), l'entrepreneur a accepté que cette information soit publiée sur les sites Web des ministères, dans le cadre des rapports de divulgation proactive des marchés, et ce, conformément à l'Avis sur la Politique des marchés : 2019-01 du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.

## 6.7 Paiement

### 6.7.1 Base de paiement

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

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

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

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

1. La responsabilité totale du Canada envers l'entrepreneur dans le cadre du contrat pour toutes les autorisations de tâches autorisées, y compris toutes révisions, ne doit pas dépasser la somme de (insérer à l'attribution du contrat)\$. Les droits de douane sont inclus et les taxes applicables sont en sus.

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

#### **6.7.3 Paiement mensuel**

Le Canada paiera l'entrepreneur chaque mois pour les travaux complétés pendant le mois visé par la facture conformément aux dispositions de paiement du contrat si :

- a. une facture exacte et complète ainsi que tout autre document exigé par le contrat ont été soumis conformément aux instructions de facturation prévues au contrat;
- b. tous ces documents ont été vérifiés par le Canada;
- c. les travaux livrés ont été acceptés par le Canada.

#### **6.7.4 Paiement électronique de factures – 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\$)

#### **6.7.5 Vérification discrétionnaire des comptes**

1. Les éléments qui suivent peuvent faire l'objet d'une vérification des comptes par le gouvernement avant ou après le paiement :
  - a. Le montant réclamé en vertu du contrat, calculé conformément à la base de paiement, y compris le temps facturé.

- b. L'exactitude du système d'enregistrement du temps de l'entrepreneur.
  - c. Le profit estimatif compris dans tout élément de prix ferme, taux horaire ferme, taux ferme de frais généraux ou multiplicateur salarial ferme, pour lequel l'entrepreneur a fourni une attestation appropriée. Le but d'une telle vérification est de déterminer si le profit réel réalisé à la suite d'un seul contrat, s'il en existe un seul, ou si le profit global réel réalisé par l'entrepreneur à la suite d'un ensemble de contrats négociés renfermant un ou plusieurs des prix, taux basés sur le temps ou multiplicateurs précités pendant une période précise et choisie, est raisonnable et justifié par rapport au profit estimatif indiqué dans une ou des attestations de prix ou de taux antérieurs.
  - d. Tout élément de prix ferme, taux horaire ferme, taux ferme de frais généraux ou multiplicateur salarial ferme pour lequel l'entrepreneur a fourni une attestation indiquant que cet élément s'applique au meilleur client. Une telle vérification viserait à déterminer si l'entrepreneur a appliqué à quiconque, y compris le meilleur client de l'entrepreneur, des prix, taux ou multiplicateurs moins élevés pour des biens ou services de qualité et quantité comparables.
2. Tout paiement effectué avant la fin de la vérification des comptes sera considéré uniquement comme paiement provisoire et devra faire l'objet d'un rajustement dans la mesure requise pour tenir compte des résultats de cette vérification. Pour tout paiement en trop, l'entrepreneur doit rembourser au Canada le trop-payé.

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

1. L'entrepreneur doit soumettre ses factures conformément à l'article intitulé « Présentation des factures » des conditions générales. Les factures ne doivent pas être soumises avant que tous les travaux identifiés sur la facture soient complétés.
- a. une copie du document de sortie et de tout autre document tel qu'il est spécifié au contrat;
  - b. une copie des factures, reçus, pièces justificatives pour tous les frais directs et pour tous les frais de déplacement et de subsistance;
2. Les factures doivent être distribuées comme suit :
- a. L'original et un exemplaire doivent être envoyés au chargé de projet du contrat pour attestation et paiement.
  - b. Un exemplaire doit être envoyé à l'autorité contractante identifiée sous l'article intitulé « Responsables » du contrat.

## **6.9 Attestations et renseignements supplémentaires**

### **6.9.1 Conformité**

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

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

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

### **6.9.3 Clauses du Guide des CCUA**

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

### **6.10 Lois applicables**

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

### **6.11 Ordre de priorité des documents**

En cas d'incompatibilité entre le libellé des textes énumérés dans la liste, c'est le libellé du document qui apparaît en premier sur la liste qui l'emporte sur celui de tout autre document qui figure plus bas sur la liste.

- a) les articles de la convention;
- b) les conditions générales supplémentaires 4007 (2010-08-16) Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle sur les renseignements originaux;
- c) les conditions générales – 2035 (2020-05-28) Conditions générales – besoins plus complexes de services;
- d) l'Annexe « A », Énoncé des travaux ;
- e) l'Annexe « B », Base de paiement ;
- f) les autorisations de tâches signées (y compris toutes les annexes, s'il y a lieu) ;



- g) la soumission de l'entrepreneur.

#### **6.12 Assurances**

L'entrepreneur est responsable de décider s'il doit s'assurer pour remplir ses obligations en vertu du contrat et pour se conformer aux lois applicables. Toute assurance souscrite ou maintenue par l'entrepreneur est à sa charge ainsi que pour son bénéfice et sa protection. Elle ne dégage pas l'entrepreneur de sa responsabilité en vertu du contrat, ni ne la diminue.

#### **6.13 Règlement des différends**

- (a) Les parties conviennent de maintenir une communication ouverte et honnête concernant les travaux pendant toute la durée de l'exécution du marché et après.
- (b) Les parties conviennent de se consulter et de collaborer dans l'exécution du marché, d'informer rapidement toute autre partie des problèmes ou des différends qui peuvent survenir et de tenter de les résoudre.
- (c) Si les parties n'arrivent pas à résoudre un différend au moyen de la consultation et de la collaboration, les parties conviennent de consulter un tiers neutre offrant des services de règlement extrajudiciaire des différends pour tenter de régler le problème.
- (d) Vous trouverez des choix de services de règlement extrajudiciaire des différends sur le site Web Achats et ventes du Canada sous le titre « Règlement des différends ».

## ANNEXE A

### ÉNONCÉ DES TRAVAUX

#### 1. INTRODUCTION

##### 1.1. Titre

1.1.1. Santé Canada (SC) cherche à acquérir des services nationaux de marketing expérientiel.

1.1.1.1. Définition du terme « expérientiel » : qui se rapporte à l'expérience, qui provient de celle-ci.

#### 2. OBJECTIF

2.1. Cette exigence a pour objectif d'acquérir les services d'un entrepreneur national en marketing expérientiel afin d'aider SC et l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) à élaborer, mettre en œuvre et gérer de multiples événements et activités de marketing expérientiel, et à rendre compte de ces derniers, virtuellement ou en personne, portant sur une variété de sujets associés aux risques pour la santé et la sécurité ciblant les Canadiens. Ces événements et activités, à l'appui des mandats et des campagnes de marketing social de SC et de l'ASPC, viseront à :

- a) Fournir aux Canadiens des renseignements ciblés, opportuns, pertinents, complets et accessibles pour les aider à prendre des décisions éclairées afin de protéger leur santé;
- b) Accroître la sensibilisation, la mobilisation et la portée des campagnes de marketing social nouvelles et existantes de SC et de l'ASPC;
- c) Accroître la diffusion et l'utilisation de l'information, des conseils et des ressources de SC et de l'ASPC destinées aux Canadiens, y compris les professionnels de la santé et les organismes de santé, dans le but de changer les comportements et d'améliorer la santé et la sécurité des Canadiennes et des Canadiens.

#### 3. CONTEXTE

SC est le ministère fédéral responsable d'aider les Canadiens à maintenir et à améliorer leur santé. SC s'est engagé à améliorer la vie de tous les citoyens et à faire du Canada l'un des pays où les gens sont les plus en santé au monde, comme en témoignent la longévité, les habitudes de vie et l'utilisation efficace du système public de soins de santé.

L'un des rôles principaux de SC est de renseigner les Canadiens et de s'assurer qu'ils connaissent les risques pour la santé associés à certains aliments, produits, substances et milieux, de veiller à ce qu'ils se protègent contre ces risques et de leur faire connaître les avantages d'une saine alimentation. Pour qu'ils puissent faire des choix éclairés en ce qui a trait à leur santé, les Canadiens ont besoin de renseignements opportuns, exacts, clairs et objectifs dans des formats faciles d'accès et adaptés à leurs préférences en matière d'information, qui reflètent leurs connaissances et leur situation et qui sont offerts dans les deux langues officielles. La coordination des activités nationales de communication et de marketing liées à la santé est un élément clé de l'approche de communication utilisée pour faire connaître les sujets liés à la santé et fournir de l'information à cet égard.

L'ASPC est le ministère fédéral responsable des questions de santé publique au Canada. Elle joue un rôle de premier plan dans la coordination de l'intervention dans le cadre d'événements nationaux de préparation et de prévention en santé publique qui se produisent dans plus d'une province ou d'un

territoire. Ce rôle de premier plan consiste notamment à organiser et à coordonner des activités nationales de communication et de marketing liées à la santé.

Année après année, SC et l'ASPC gèrent un grand nombre de campagnes de marketing à petite et à grande échelle portant sur des sujets variés; ils s'adressent à divers publics cibles, segmentés de diverses façons, qui forment ensemble le public canadien, ainsi qu'aux professionnels de la santé et à divers autres intervenants. Les sujets et les domaines d'intérêt varient et dépendent des priorités ministérielles et du gouvernement du Canada (GC). On s'attend à ce que les sujets pertinents et les publics cibles évoluent et puissent également émerger au cours des prochaines années.

#### 4. PORTÉE

L'entrepreneur doit fournir à SC des ressources de marketing expérientiel professionnelles, au besoin, pour planifier, élaborer, exécuter, évaluer et appuyer les campagnes et les mandats de marketing nationaux de SC et de l'ASPC. Ces campagnes peuvent comprendre des événements et des activités qui peuvent avoir lieu en personne ou pourraient se dérouler exclusivement en ligne au moyen de séances interactives. L'objectif est d'appuyer des programmes et des campagnes nouveaux et en cours pour changer les comportements et améliorer la santé et la sécurité des Canadiens.

##### 4.1. Public cible

Principal :

- a) Tous les Canadiens, y compris les professionnels de la santé et les organismes de santé.
  - i. Les publics cibles de chaque événement et activité de marketing expérientiel varieront selon la campagne.

##### 4.2. Sujets de marketing

SC et l'ASPC peuvent aborder divers sujets de campagne de marketing qui nécessiteront des services d'événements de marketing expérientiel, notamment :

- a) Maisons saines.
- b) Renoncement au tabagisme.
- c) Prévention et abandon du vapotage.
- d) Salubrité des aliments et nutrition.
- e) Médicaments et produits de santé.
- f) Hygiène du milieu et du travail.
- g) Sécurité des produits de consommation.
- h) Règlements ou consultations sur la santé ou les soins de santé.
- i) Science et recherche en santé.
- j) Réactions indésirables aux médicaments et aux instruments médicaux.

- k) Démence.
- l) Grippe saisonnière.
- m) Maladie de Lyme et autres maladies transmises par les tiques.
- n) Vaccination.
- o) Autres maladies infectieuses et chroniques.
- p) Résistance aux antibiotiques.
- q) Consommation de substances.

#### 4.3. Attentes relatives au niveau de service de l'entrepreneur

L'entrepreneur en services doit, immédiatement après l'attribution du contrat :

- a) Élaborer et appliquer des tactiques immédiates, à court et à long terme, pour appuyer les activités de SC et de l'ASPC et harmoniser les initiatives à l'échelle nationale, selon les besoins;
- b) Être en mesure d'offrir une gamme complète de services de marketing expérientiel, incluant la planification, l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation d'événements et d'activités;
- c) Offrir des activités et des événements de marketing expérientiel complémentaires à l'ensemble de la campagne ou du programme qu'ils soutiennent, ce qui comprend les messages clés et l'image de marque. La campagne ou le programme plus vaste qu'elle appuie pourrait comprendre des tactiques comme les influenceurs numériques, la publicité, l'éducation et la sensibilisation du public;
- d) Être en mesure de gérer de façon efficace et efficiente les questions pressantes, urgentes ou influencées par des situations urgentes, qui peuvent survenir sans préavis ou presque;
- e) Être en mesure de fournir, en cas d'urgence ou de crise sanitaire, un soutien d'appoint complet sous la forme, sans s'y limiter, de planification, d'élaboration et de mise en œuvre de stratégies de marketing décrites de façon critique par le chargé de projet (CP) comme essentielles pour appuyer et améliorer les efforts d'intervention d'urgence de SC et de l'ASPC;
- f) Être responsable de la sélection, de l'embauche et de la gestion du personnel qualifié pour effectuer les travaux;
- g) Utiliser les meilleures méthodes et contrôles de supervision de l'industrie pour veiller à ce que toutes les activités répondent aux attentes du CP et aux obligations contractuelles.

## 5. EXIGENCES

### 5.1 Élaboration d'un programme national de marketing expérientiel

L'entrepreneur doit élaborer des programmes nationaux de marketing expérientiel, notamment :

- a) De multiples stratégies de programmes de marketing expérientiel fondées sur des données probantes et des plans d'action afin de mobiliser divers publics cibles. Les stratégies et les plans d'action doivent :
- i. Avoir une portée nationale et inclure une stratégie globale et un aperçu du programme;
  - ii. S'appuyer sur les leçons apprises et refléter les recommandations de programmes d'événements de marketing expérientiel semblables menés par Santé Canada, comme, mais sans s'y limiter, « Je te laisse », « Considère les conséquences », « Soyez au fait » ainsi que des recherches récentes et pertinentes sur l'opinion publique.
    - 1) L'information provenant de ces programmes, y compris, mais sans s'y limiter, la recherche sur l'opinion publique, sera fournie à l'entrepreneur au besoin pour chaque autorisation des tâches (AT).
  - iii. Recommander des tactiques fondées sur des données probantes pour doter le public cible d'outils et de ressources pour appuyer leurs conversations;
  - iv. Recommander des tactiques fondées sur des données probantes qui suivent les tendances parmi les publics cibles et qui intègrent les messages de la campagne afin d'y participer.
    - 1) Les tactiques peuvent comprendre, entre autres, un jeu, un concours ou d'autres activités interactives pour encourager la participation à l'événement et l'engagement;
    - 2) Les tactiques doivent être expliquées en détail et comprendre la logistique de leur déroulement, comment elles seront présentées et comment seront leur présentation visuelle.
  - v. Proposer, aux fins d'acceptation et d'approbation par le CP, tout événement et toute activité, dont certains peuvent se dérouler ou se dérouleront simultanément.
    - 1) Chaque événement devrait se dérouler sur une période de quatre à douze semaines. La durée suggérée sera déterminée dans l'autorisation des tâches (AT);
    - 2) Les sites doivent être recommandés par l'entrepreneur et pourraient comprendre des collèges, des écoles secondaires, des centres commerciaux, des musées, des foires et des parcs.
  - vi. Utiliser et exploiter des technologies ou des moyens nouveaux et novateurs fondés sur des données probantes qui attirent divers publics cibles afin de diffuser l'information à grande échelle et efficacement;
  - vii. Inclure un plan de mise en œuvre avec les jalons et un calendrier de production détaillé;

- viii. Inclure une stratégie d'atténuation;
- ix. Inclure les indicateurs de rendement clés (IRC) et les rapports d'activités rendant compte des meilleures normes de mobilisation de l'industrie, ou reflétant ces dernières, utilisées dans des programmes d'activités et d'événements de marketing expérientiel comparables.
  - 1) Si elles sont disponibles, les normes de mobilisation du gouvernement du Canada (GC) et une analyse contextuelle plus poussée des événements passés seront divulguées et fournies par le CP à l'entrepreneur pour chaque autorisation des tâches (AT).
- b) La conception, l'élaboration et la production de tous les matériaux et outils de sensibilisation pour les événements et les activités de marketing expérientiel dans les deux langues officielles du Canada, soit l'anglais et le français.
  - i. Certains matériaux et outils peuvent être fournis par le CP.
  - ii. Les matériaux et outils pourraient devoir être harmonisé avec les campagnes en cours, y compris l'image de marque et les messages clés, au besoin.
  - iii. Les matériaux et outils devront être approuvé par le CP avant la production.
- c) Acquisition de tous les droits nécessaires pour utiliser les produits de communication comme, sans toutefois s'y limiter, les images, les photos et les illustrations;
- d) Négociation et la soumission de tous les droits relatifs aux talents connexes et requis tout en respectant les obligations syndicales canadiennes requises et applicables, notamment, mais sans s'y limiter, les normes de l'industrie de l'Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists (ACTRA), de l'Union des artistes (UDA) pour chaque autorisation des tâches (AT), au besoin;
- e) Production de tous les rapports du programme tels que définis à la section 8. Format des produits livrables.
  - i. Le rapport final doit être présenté au CP pour examen, acceptation et approbation.

## 5.2 Élaboration du programme de sensibilisation et de communication des événements individuels

L'entrepreneur doit sensibiliser le public cible aux événements, aux activités, à la programmation et aux programmes complémentaires par les moyens suivants :

- a) Élaboration d'une stratégie de sensibilisation et de communication pour chaque programme de marketing expérientiel visant précisément à atteindre et à mobiliser efficacement les publics cibles;
- b) Élaboration et mise en œuvre d'un plan de communication détaillé qui utilise des canaux de communication novateurs et fondés sur des données probantes, y compris, mais sans s'y limiter, les médias sociaux, afin d'atteindre les publics cibles et de les encourager à assister ou à participer aux événements et aux activités;

- i. Les canaux de communication et les activités doivent être approuvés par le CP avant le lancement ou la tenue de toute activité.
- c) Collaboration et prise en charge de la coordination avec les responsables des sites, notamment les centres commerciaux, les écoles de métiers, les collèges, les universités et les partenaires, afin d'accroître la sensibilisation et la participation aux événements au moyen de tactiques traditionnelles et numériques fondées sur des données probantes;
- d) Surveillance et suivi réguliers du rendement des événements et des activités et des résultats des plans de communication et mise en œuvre des améliorations découlant des leçons apprises de façon régulière et périodique, au besoin, le cas échéant ou à la demande du CP;
- e) Tenue d'une liste cumulative continue des leçons apprises afin d'améliorer la promotion et la communication des événements expérientiels futurs;
- f) Élaboration d'articles promotionnels, comme, sans toutefois s'y limiter, des cartes postales et des affiches, au besoin.
  - i. Les articles promotionnels doivent être approuvés par le CP avant d'être produits.
- g) Mise à jour et modification, tout au long de la durée du contrat, de composantes Web comme, sans s'y limiter, tel que les sites Web « Je te laisse », « Considère les conséquences » et « Soyez au fait » pour promouvoir les événements et les jeux-questionnaires, au besoin.

### 5.3. Mise en œuvre et gestion du programme de marketing expérientiel

L'entrepreneur doit avoir la capacité de tenir des activités et des événements multiples, dans le cadre de programmes de marketing expérientiel multiples et différents en même temps partout au Canada.

L'entrepreneur doit mettre en œuvre et gérer chaque événement de la façon suivante :

- a) Coordonner et réserver les lieux pour chaque événement virtuel ou en personne.
  - i. Le site de l'événement et les frais connexes doivent être approuvés au préalable par le CP.
- b) Obtenir toutes les autorisations ou tous les permis appropriés et requis des autorités locales et du site comme, sans toutefois s'y limiter, les entités municipales, provinciales, territoriales, fédérales, caritatives ou privées, au besoin.
  - i. Les frais d'événements et d'activités ad hoc doivent être approuvés par le CP.
- c) Mener des campagnes de sensibilisation et de communication avant et pendant la durée des événements qui ne comprennent pas de publicité payée;
- d) Transporter tout le matériel et les ressources de l'entrepreneur qui sont requis à chacun sites individuels, pour tout événement en personne;

- e) Veiller à ce que tout le matériel et l'équipement des événements soit en bon état de marche, au besoin;
- f) Mise en place, démantèlement et transport des installations pour les événements en personne, notamment des kiosques, des plateformes et de l'équipement audiovisuel et des autres éléments logistiques, au besoin;
- g) Mise en place du matériel des événements virtuels, notamment organiser les ressources et les activités interactives, le cas échéant;
- h) Mise à l'essai et vérifier tout l'équipement et toutes les ressources du site pour s'assurer que la pleine capacité et le fonctionnement sont atteints avant la date et l'heure de début officielles de l'événement, au besoin;
- i) S'assurer que l'ensemble des activités ou des événements et des ressources sont cohérents et atteindre ou dépasser les meilleurs résultats de l'industrie du marketing en matière de normes de sécurité et de professionnalisme;
- j) Fournir au moins une ressource bilingue pour superviser et gérer chaque événement ou activité et les autres ressources sur place ou virtuellement, le cas échéant. Les ressources sont en place pour :
  - i. Interagir et interagir avec divers publics cibles dans la langue de l'événement ou de l'activité;
  - ii. Fournir de l'information sur les sujets précis de l'événement en fonction des messages clés et de la formation fournie;
  - iii. Encourager le public cible à participer sur place ou virtuellement, le cas échéant;
- k) Fournir aux ressources une formation pertinente liée au programme avant la mise en œuvre de tout événement de marketing expérientiel. Au moment de l'inscription et de la fin de la formation de l'entrepreneur, les ressources sur place doivent être capables de communiquer l'information liée au programme aux publics cibles;
- l) S'assurer que les ressources de l'entrepreneur suivent les messages préapprouvés fournis lors des séances de formation;
- m) Mettre en œuvre et exécuter les événements et les activités de marketing expérientiel approuvés, conformément aux résultats attendus;
- n) Veiller à ce que chaque événement et activité soit disponible et offert dans les deux langues officielles du Canada et présentés dans la langue officielle que préfèrent les bénéficiaires, conformément à la Loi sur les langues officielles;
- o) Gérer les renonciations des participants, le cas échéant et au besoin;
- p) Fournir des images numériques des événements en cours;
- q) Informer le CP par écrit, dès que l'entrepreneur est mis au courant, de tout problème qui pourrait l'empêcher d'exécuter les travaux, comme l'indique l'énoncé des travaux, et fournir des solutions et des recommandations aux fins d'approbation de la mise en œuvre des mesures correctives par le CP;



- r) Obtenir la permission du CP avant de répondre aux demandes de renseignements des médias au sujet de tout événement ou activité;
- s) Atténuer les problèmes qui surviennent lors des événements ou des activités, le cas échéant;
- t) Régler les problèmes sur place ou virtuels, y compris les problèmes d'ordre technique, le cas échéant.

#### 5.4. Services de soutien administratif

##### 5.4.1. L'entrepreneur doit fournir des services de soutien administratif, notamment :

- a) Estimations de l'autorisation des tâches (AT) en temps opportun, à la demande du CP.
- b) Factures, conformément aux instructions de facturation, indiquant l'autorisation des tâches (AT) émise.
- c) Processus permettant de s'assurer que tous les travaux relatifs aux autorisations de tâches (AT) sont retournés, dans un format final et modifiable, tel que défini à la section 8. Format des produits livrables.

5.4.2. Les rapports et les services de soutien administratif font partie de l'ensemble des services fournis par l'entrepreneur, et ne seront pas facturés comme un poste de facture distinct dans les frais généraux.

## 6. EXIGENCES EN MATIÈRE DE SERVICES

### 6.1. Chargé de compte responsable

6.1.1. L'entrepreneur doit fournir les services d'un chargé de comptes bilingue dont les tâches incluent notamment les suivantes :

- a) Gérer les ressources de l'entrepreneur et des sous-traitants affectés à l'élaboration et à l'exécution de chaque activité et événement individuel et collectif de marketing expérientiel, conformément à l'autorisation des tâches (AT) et aux résultats attendus;
  - i. S'occuper de tous les aspects de la gestion et de la mise en œuvre de l'événement et des ressources de l'événement et superviser ces derniers, au besoin.
- b) Veiller à ce que l'ensemble des règles, des règlements, des directives, des lois et des procédures du gouvernement du Canada soient suivis ou mis en œuvre, selon les directives du CP;
- c) Veiller à ce que toute la documentation, qui est élaborée, conservée, distribuée ou archivée, soit conforme aux pratiques du GC;
- d) Gérer l'élaboration et la production globales de matériel et de ressources pour les événements ou les activités en personne ou virtuelles, au besoin;
- e) Participer aux séances d'information et aux réunions avec les clients, si cela est jugé nécessaire par le CP;

- f) Créer des rapports d'étape hebdomadaires (REH), des rapports d'activité (RA) et des rapports finaux du programme d'événements (RFPE) et les soumettre au CP pour examen, acceptation et approbation, tel que défini à la section 8. Format des produits livrables;
- g) Fournir au CP, aux fins d'examen, d'approbation et d'acceptation, des rapports d'étape mensuels, par courriel, détaillant les coûts de prestation des services requis par Santé Canada tels que définis à la section 8. Format des produits livrables.

## 7. PRODUITS LIVRABLES

L'entrepreneur doit soumettre au CP aux fins d'examen, d'acceptation, d'approbation et de mise en œuvre les produits livrables suivants pour chaque programme de marketing expérientiel, selon les besoins et le cas :

### 7.1 Produits livrables de la stratégie

- a) Une stratégie globale proposant :
  - i. Au moins deux (2) concepts diversifiés pour la mise en œuvre;
  - ii. Une description détaillée des événements ou activités à déployer, y compris la logistique, la forme que prendront les activités ou les événements et la façon dont ils se dérouleront;
  - iii. Des mesures et méthodes d'évaluation des indicateurs de rendement clé (IRC) qui doivent comprendre, sans toutefois s'y limiter :
    - 1) Nombre d'impressions et d'interactions par événement et lieu.
    - 2) Points saillants des interactions, notamment les questions et les commentaires.
    - 3) Participation du public cible ou acceptation des produits de communication.
    - 4) Niveau de participation pour les autres modes de participation.
    - 5) Un compte-rendu du succès des IRC relativement aux tactiques utilisées.
    - 6) Un compte-rendu du succès des IRC relativement au rendement de l'événement.
    - 7) Un compte-rendu du succès des IRC relativement aux contributions évaluées aux objectifs globaux.
    - 8) Mesures complémentaires du programme.
    - 9) Paramètres des médias sociaux, notamment les impressions, la participation, les commentaires, les mentions « J'aime », les partages, les clics, si des plateformes propres à un événement sont élaborées.

10) Normes en matière de mesures liées aux événements les meilleures de leur catégorie ou comparables au contexte du GC.

- b) Un plan d'action pour la stratégie qui définit clairement les jalons, les ressources et les échéances associés à chaque tâche requise pour l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation des programmes de marketing expérientiel en personne ou virtuels;
- c) Une stratégie et un plan de sensibilisation et de communication comprenant des concepts détaillés pour les créations, les activités de communication et les articles promotionnels;
- d) La version finale du matériel de formation, qui comprendra les objectifs et les messages clés qui seront utilisés par les ressources affectées;
- e) La liste finale des événements et des activités de marketing expérientiel, avant la tenue de tout événement et au moins trois semaines avant la date et l'heure prévues du début officiel, y compris, sans s'y limiter :
  - i. Une liste complète de tous les sites, lieux, dates, durées et langue prédominante de l'événement;
  - ii. Les versions définitives de tous les documents pour les événements et les activités dans les deux langues officielles du Canada, soit l'anglais et le français.

7.2 Produits livrables la journée de l'événement

- a) Le jour de tout événement en personne :
  - i. Nombreuses images numériques de l'emplacement à des fins de publication et de distribution dans les médias sociaux;
  - ii. Nombreuses images numériques de l'organisation de l'événement, tout au long de la mise en place et après cette dernière jusqu'à l'ouverture officielle et au début de la journée de l'événement;
  - iii. Nombreuses images numériques du déroulement de l'événement jusqu'à la date et à l'heure officielles de clôture de l'événement.
- b) Rapports d'état hebdomadaires (REH), incluant notamment ce qui suit :
  - i. Mises à jour hebdomadaires sur l'état du projet, qui doivent inclure, sans toutefois s'y limiter, les réalisations, les enjeux et les jalons à venir;
  - ii. Ventilation suivie et réelle par événement ou activité des coûts avec des postes distincts pour les coûts remboursables et les coûts de transfert, comme l'accueil et les déplacements, comme l'exige l'autorisation des tâches.

7.3 Produits livrables après l'événement

- a) Rapports d'activité (RA), dans les cinq jours ouvrables suivant la fin de chaque événement ou activité de marketing expérientiel par écrit au CP, décrivant les résultats ou les évaluations de ce qui suit :
  - i. La participation à l'activité ou à l'événement;
  - ii. Les programmes complémentaires en cours en même temps;
  - iii. La façon dont l'événement a contribué à l'objectif global d'encourager les discussions entourant les messages clés de la campagne.
- b) Le délai de production du RA peut être prolongé et sera indiqué dans l'autorisation des tâches;
- c) Un rapport d'évaluation final des événements (REFA), dans les deux (2) semaines suivant la fin de chaque activité de marketing expérientiel, par écrit au CP. Le REFA fournira une compilation des résultats de chaque activité de marketing expérientiel, qui doit comprendre, sans toutefois s'y limiter :
  - i. Une analyse approfondie comprenant les points saillants, les leçons apprises et les recommandations pour les futurs programmes;
  - ii. Les résultats des IRC, indiqués à la section 7.1(a)(iii) Produits livrables de la stratégie.
- d) Le délai de production du REFA peut être prolongé et sera indiqué dans l'autorisation des tâches;
- e) Une copie maîtresse (CM), sur clé USB ou disque dur externe, remise au CP par l'entrepreneur par l'entremise d'un processus d'échange en personne ou par courrier recommandé, comme indiqué dans l'AT, de tous les produits livrables finaux (PLF), notamment :
  - i. Tous les fichiers de travail (FT) liés au contrat, en format électronique;
  - ii. Tous les fichiers sources finaux (FSF) liés au contrat, en format électronique.

## 8. FORMAT DES PRODUITS LIVRABLES

8.1. L'entrepreneur doit présenter tous les produits livrables au CP en format électronique.

8.2. L'entrepreneur doit présenter, envoyer ou fournir, le cas échéant, tous les produits livrables au CP, en version finale et modifiable, dans un document de la suite Microsoft Office, version 7 ou supérieure, ou dans tout autre format compatible comme indiqué dans l'autorisation des tâches.

8.3. En ce qui a trait aux produits livrables des documents de travail et des produits créatifs réalisés à l'aide d'un logiciel professionnel de l'industrie, notamment les fichiers multimédias, l'entrepreneur doit les présenter, les envoyer ou les fournir au CP, le cas échéant, dans les formats suivants ou tout autre format électronique compatible comme indiqué dans l'autorisation des tâches :

- a) Pour tous les fichiers vidéo :
  - i. Format MP4 en résolution HD intégrale de 1920 x 1080 ou supérieure, sous réserve de l'acceptation du CP.

- b) Pour tous les fichiers de conception :
- i. Les fichiers de production dans leur format d'origine, y compris, mais sans s'y limiter, les polices de caractères, les graphiques liés et les images, sous réserve de l'acceptation du CP;
  - ii. Couches de fichiers de production dans leur format original, notamment la suite Adobe Creative 2020 : InDesign, Illustrator et Photoshop, à la plus haute résolution possible, sous réserve de l'acceptation du CP;
  - iii. Les fichiers liés doivent être fournis dans les formats suivants, sans toutefois s'y limiter : .eps (Vector), .tif, .psd, .ai, .jpg, .gif ou .png, ou d'autres formats, comme l'exige le CP, pour reproduction ou impression et affichage sur le Web, sous réserve de l'acceptation du CP;
  - iv. Illustrations finales pour impression en haute résolution de 1920 x 1080 ou supérieure, formats PDF prêts pour l'impression et à faible résolution compatibles avec les publications sur plateforme Web;
  - v. Illustrations finales en format .png pour les publications compatibles avec les plateformes Web de produits statiques.

## 9. NORMES DE COMMUNICATION

Afin d'assurer l'intégrité et l'efficacité des produits de communication de SC et de l'ASPC, l'entrepreneur doit fournir des services et produire des documents conformément aux politiques administratives du GC publiées par le Conseil du Trésor (CT). Les lois pertinentes seront fournies avec l'autorisation des tâches, y compris, mais sans s'y limiter :

- a) La Politique sur les communications et l'image de marque du gouvernement du Canada <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30683> (pour veiller à ce que les communications à l'échelle du GC soient bien coordonnées, gérées efficacement et adaptées aux divers besoins d'information du public);
- b) Les spécifications techniques du Programme de coordination de l'image de marque <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/communications-gouvernementales/programme-federal-image-marque/specifications-techniques.html> (pour s'assurer que la conception et la présentation du contenu créatif sont conformes aux exigences);
- c) Le Manuel du Programme de coordination de l'image de marque : <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/communications-gouvernementales/programme-federal-image-marque/manuel.html> (pour veiller à ce que les produits destinés au public soient conformes aux exigences);
- d) Norme sur l'accessibilité des sites Web : <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=23601>;
- e) Lignes directrices sur l'accessibilité des contenus Web : (WCAG) 2.0 [www.w3.org/TR/WCAG20](http://www.w3.org/TR/WCAG20);
- f) Procédures sur l'édition : <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=27167>;

- g) Norme sur l'optimisation des sites Web et des applications pour appareils mobiles : <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=27088>;
- h) Loi canadienne sur l'accessibilité : <https://laws-lois.justice.gc.ca/fra/lois/A-0.6/>;
- i) Procédures sur l'édition : <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=27167>;
- j) Directive sur la gestion des communications : <https://www.tbs-sct.gc.ca/pol/doc-fra.aspx?id=30682>.

#### 10. ASSURANCE DE LA QUALITÉ

- a) L'entrepreneur doit utiliser et mettre en œuvre des procédures, des inspections et des contrôles d'assurance de la qualité (AQ) généralement reconnus et acceptés par l'industrie comme étant les meilleurs de leur catégorie, afin de s'assurer que tous les produits livrables atteignent un niveau de qualité correspondant à toutes les obligations contractuelles;
- b) L'entrepreneur doit exécuter les travaux conformément aux normes d'assurance de la qualité (AQ) jugées acceptables par le CP et le Canada et en conformité totale avec les spécifications, les obligations et les exigences contractuelles du contrat.

#### 11. LIEU DE TRAVAIL

11.1. L'entrepreneur doit effectuer les travaux dans ses locaux et dans les lieux des événements, au besoin, pendant le processus d'autorisation des tâches.

11.2. L'entrepreneur devra assister à toutes les réunions, à la demande du CP, par téléconférence ou en personne. Tout coût ponctuel lié à la participation doit être approuvé au préalable par le CP.

#### 12. LANGUE DE TRAVAIL

L'entrepreneur doit exécuter tous les travaux dans les deux langues officielles du Canada, soit le français et l'anglais.

#### 13. DÉPLACEMENTS

SC paiera à l'entrepreneur les frais de déplacement jugés raisonnables par le CP pour que les représentants de l'entrepreneur puissent se déplacer afin d'effectuer les travaux en personne, conformément à la Directive sur les voyages du Conseil du Trésor.

- a) La Directive sur les voyages du Conseil du Trésor est disponible sur le site Web suivant : <https://www.canada.ca/fr/secretariat-conseil-tresor/services/deplacements-reinstallation/voyages-affaires-gouvernement.html>;
- b) Les frais de déplacement, ou les remboursements, s'il y a lieu, seront payés à l'entrepreneur, au moment du voyage, pour qu'il assiste en personne aux réunions, à la demande du CP;
- c) Les frais de déplacement ou les remboursements seront payés à l'entrepreneur, au moment du voyage, pour qu'il assiste, à la demande du CP, à des discussions de marketing qui nécessitent une collaboration en personne. Lorsque le déplacement est jugé nécessaire ou est exigé par le CP, l'entrepreneur doit soumettre une estimation

des coûts au CP aux fins d'examen, d'acceptation et d'autorisation avant le déplacement. Tout déplacement non autorisé par le CP sera aux seuls frais de l'entrepreneur.

#### 14. CALANDRIER ESTIMATIF DU PROJET – PROGRAMMES DE MARKETING EXPÉRIENCIEL INDIVIDUEL

14.1.	PRODUITS LIVRABLES	ÉCHÉANCIER ESTIMATIF
14.1.1.	Consultation initiale ou réunion de lancement, et transfert des documents de référence du projet du CP à l'entrepreneur.	3 jours ouvrables après l'émission d'une AT par le CP.
14.1.2.	Présentation par l'entrepreneur de l'ébauche de la stratégie et du plan d'action, y compris les concepts proposés, au CP aux fins d'examen, d'acceptation et d'approbation.	10 jours ouvrables après la conclusion réussie de la consultation initiale ou de la réunion de lancement entre l'entrepreneur et le CP.
14.1.3.	Présentation par l'entrepreneur du matériel pour les activités ou les événements.	5 jours ouvrables après l'acceptation et l'approbation de la stratégie et du plan d'action par le CP.
14.1.4.	Présentation par l'entrepreneur du plan de sensibilisation et de communication au CP aux fins d'examen, d'acceptation et d'approbation.	5 jours ouvrables après que la stratégie, le plan d'action et les concepts proposés ont été acceptés et approuvés par le CP.
14.1.5.	Présentation du contenu créatif lié à la communication par l'entrepreneur au CP aux fins d'examen, d'acceptation et d'approbation.	5 jours ouvrables après l'acceptation et l'approbation du plan de communication par le CP.
14.1.6.	Présentation du calendrier et du matériel de formation par l'entrepreneur au CP aux fins d'examen, d'acceptation et d'approbation.	10 jours ouvrables après l'acceptation et l'approbation du contenu créatif par le CP.
14.1.7.	Liste finale des événements et des activités de marketing expérientiel.	10 jours ouvrables avant le lancement des activités et événements de marketing expérientiel.
14.1.8.	Lancement par l'entrepreneur de la promotion approuvée par le CP à l'appui des programmes nationaux de marketing expérientiel, qui doivent comprendre la mise en œuvre d'un volet tactique local parallèle.	10 jours ouvrables après l'approbation du contenu créatif par le CP.
14.1.9.	Lancement par l'entrepreneur des programmes nationaux d'événements et d'activités de marketing expérientiel approuvés par le CP.	15 jours ouvrables après l'approbation du contenu créatif par le CP.
14.1.10.	Présentation par l'entrepreneur du rapport final d'évaluation du programme d'événements au CP pour examen, acceptation et approbation.	5 jours ouvrables après la date de clôture du dernier événement ou de la dernière activité officiels ou tel qu'il a été convenu par écrit avec le CP.
14.1.11.	Livraison par l'entrepreneur de la copie maîtresse	15 jours ouvrables après la date

	(clé USB ou disque dur externe) de tous les produits livrables finaux.	de clôture du dernier événement officiel ou tel qu'il a été convenu par écrit avec le CP.
--	--	---

14.2. Le Canada se réserve le droit de modifier toute AT délivrée au cours de la période visée par l'AT afin d'y ajouter des tâches de marketing expérientiel supplémentaires particulières ainsi que des modifications détaillées du calendrier des produits livrables attendus, au besoin.

#### 15. RESPONSABILITÉS DU CHARGÉ DE PROJET

- a) Le CP fournira à l'entrepreneur tous les documents requis et pertinents au moment de la délivrance de l'autorisation des tâches;
- b) Le CP fournira à l'entrepreneur tous les directives, politiques ou règlements du gouvernement au moyen de liens, au besoin, pendant la durée du contrat;
- c) Le CP fournira à l'entrepreneur des réponses et des approbations rapides pour toutes les demandes de l'entrepreneur ou les demandes d'autorisation des tâches. On entend par « rapide » un délai de deux jours ouvrables, ou le délai convenu entre les deux parties;
- d) Le CP fournira à l'entrepreneur tous les documents, photos ou accès pertinents appartenant à l'État qui pourraient être nécessaires à la préparation du matériel de marketing;
- e) Le CP doit prendre les dispositions nécessaires pour que l'entrepreneur puisse entrer dans les immeubles du gouvernement en vue d'assister à une réunion;
- f) Le CP sera responsable d'obtenir toutes les approbations requises pour les événements et les activités au sein de SC et de la Couronne, au besoin;
- g) Le CP sera responsable d'obtenir toutes les approbations requises pour la présentation des factures dans les délais prescrits par les règlements du gouvernement fédéral;
- h) Le CP sera responsable du suivi et de la surveillance du nombre, de l'état d'avancement et de la valeur des dépenses conformément aux autorisations de tâches et à leurs modifications découlant du contrat;
- i) Le CP sera responsable d'aviser l'autorité contractante de SPAC par écrit dès qu'il détermine que des modifications ou des changements seront nécessaires ou que des problèmes se posent concernant les travaux pendant toute la durée du contrat, et ce, en temps opportun.



## ANNEXE B

### BASE DE PAIEMENT

#### B.1 Paiements d'étape

Le Canada effectuera les paiements d'étape conformément au calendrier des étapes figurant au Tableau 1 : B.1 – Calendrier des étapes ci-dessous et les dispositions de paiement des autorisations de tâches subséquentes qui en découlent si :

- une demande de paiement exacte et complète au moyen du formulaire PWGSC-TPSGC 1111, Demande de paiement progressif, et tout autre document exigé par le contrat ont été présentés conformément aux instructions relatives à la facturation fournies dans le contrat;
- toutes les attestations demandées sur le formulaire PWGSC-TPSGC 1111 ont été signées par les représentants autorisés;
- tous les travaux associés à l'étape et selon le cas, tout élément livrable exigé, ont été complétés et acceptés par le Canada.

Tableau 1 : B.1 — Calendrier des étapes

Étape	Taux
À la livraison, l'approbation et l'acceptation par le chargé de projet, de la ou des stratégies globales, du ou des plans d'action et des concepts proposés.	15 % de la valeur de l'autorisation de tâches négociée
À la livraison, l'approbation et l'acceptation par le chargé de projet, des matériels pour les activités ou les événements.	5 % de la valeur de l'autorisation de tâches négociée
À la livraison, l'approbation et l'acceptation par le chargé de projet, de la stratégie et du ou des plans de communication de sensibilisation.	5 % de la valeur de l'autorisation de tâches négociée
À la livraison, l'approbation et l'acceptation par le chargé de projet, des créatifs/matériels de communication.	5 % de la valeur de l'autorisation de tâches négociée
À la livraison (implémentation), l'approbation et l'acceptation par le chargé de projet, des activités et événements de marketing expérientiel.	65 % de la valeur de l'autorisation de tâches négociée

À l'achèvement, l'approbation et l'acceptation par le chargé de projet, des rapports finaux et des fichiers de travail, comme il est mentionné dans l'annexe A.

5 % de la valeur de l'autorisation de tâches négociée

## B.2 Dépenses directes et dépenses liées aux éléments de sous-traitance

### B.2.1 Dépenses directes

- a. Les dépenses directes comprennent toutes les dépenses engagées directement par l'entrepreneur durant l'exécution des travaux ou aux fins du projet, relativement à l'achat ou à la location de matériel, d'équipement, de fournitures ou d'autres articles requis. Les dépenses directes peuvent comprendre, sans toutefois s'y limiter, ce qui suit : location d'équipement, équipement et services audiovisuels, transport commercial, assurance liée à une exigence particulière (à la demande du chargé de projet), frais de communications, frais de stationnement et de poste, de messagerie et d'expédition propres au projet, et les autres frais connexes.
- b. Toutes les dépenses, générales et administratives, normalement engagées pour fournir les services doivent être incluses dans les prix des services indiqués dans l'autorisation de tâches, et ne seront pas autorisées comme dépenses directes remboursables dans le cadre du contrat.

\*Remarque : Le Canada ne versera pas de paiement anticipé. Le calendrier de paiement doit être fondé sur le travail effectif réalisé au moment où l'étape serait terminée.

### B.2.2 Sous-traitance

- a. Les éléments de sous-traitance comprennent les dépenses engagées durant l'exécution des travaux ou aux fins de l'autorisation de tâches pour laquelle un contrat distinct est conclu entre l'entrepreneur et l'entreprise de sous-traitance qui fournit les produits ou les services.
- b. Tous les éléments de sous-traitance seront inclus dans le coût négocié pour répondre au besoin lié à l'autorisation de tâches.
- c. Pour chaque service de sous-traitance dont la valeur est supérieure à 25 000 \$ (taxes incluses), l'entrepreneur devra recevoir des offres d'au moins trois (3) fournisseurs externes.

## B.3 Frais de déplacement et de subsistance

- a. 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 les frais généraux ou le profit, conformément aux indemnités relatives aux repas et à l'utilisation d'un véhicule privé, précisées aux appendices B, C et D de la Directive sur les voyages du Conseil national mixte, et selon les autres dispositions de la Directive se rapportant aux « voyageurs » plutôt que celles se rapportant aux « employés ». Le Canada ne versera à l'entrepreneur aucune indemnité de faux frais pour les voyages autorisés.

- 
- b. Toutes les dépenses de déplacement et de subsistance, normalement engagées pour fournir les services doivent être incluses dans les prix des services indiqués dans l'autorisation de tâches, et ne seront pas autorisées comme dépenses directes remboursables dans le cadre du contrat.
  - c. Tous les déplacements doivent être approuvés au préalable par le chargé de projet.
  - d. Tous les paiements sont assujettis à une vérification par le gouvernement.
  - e. L'entrepreneur n'est pas un employé du Canada et n'est donc pas admissible aux avantages sociaux dont bénéficient les employés du gouvernement du Canada.

## ANNEXE C

### CRITÈRES D'ÉVALUATION

#### 1. ÉVALUATION TECHNIQUE

##### 1.1 DÉFINITIONS

**Portée nationale** – Le programme a été mis en œuvre dans au moins trois (3) provinces ou territoires du Canada. L'une de ces trois (3) provinces doit être le Québec.

**Marketing expérientiel** — Tactique de marketing qui fait la promotion des messages et des ressources de la campagne au moyen d'événements interactifs axés sur les expériences auprès d'un groupe cible précis.

**Sensibilisation des communications** – Les tactiques, le matériel et les outils de communication utilisés pour sensibiliser le public cible au marketing expérientiel et en faire la promotion.

**Sujet ou enjeu social** — Tout sujet qui n'a pas une finalité commerciale (comme les campagnes contre le tabagisme, la conduite avec facultés affaiblies, les problèmes de sécurité ou de santé, etc.), qui est destiné à une partie du public.

**Lieu** — Événements en personne ou virtuels dans l'ensemble du Canada.

#### 2. CRITÈRES OBLIGATOIRES

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

N°	Description	Renvoi dans la proposition du soumissionnaire	Satisfait (oui/non)
<b>O1</b>	<b>EXPÉRIENCE DE L'ENTREPRISE</b>  Le soumissionnaire doit avoir au moins trois ans d'expérience au cours desquelles il s'est spécialisé dans la prestation de services de marketing expérientiel et doit être une entreprise canadienne inscrite.  Le fournisseur doit indiquer :  a. le nombre d'années durant lesquelles l'entreprise du soumissionnaire s'est spécialisée dans la prestation de services de marketing expérientiel;  b. le numéro d'entreprise — approvisionnement (NEA) de l'entreprise.		
<b>O2</b>	Le soumissionnaire doit prouver, en fournissant deux résumés de projets détaillés (dont un de portée nationale, dans les deux langues officielles, et un de portée régionale), qui datent des cinq dernières années, qu'il a de l'expérience en gestion,		

	<p>en planification, en élaboration, en mise en œuvre, en supervision et en surveillance de campagnes de marketing expérientiel et en production de rapports à cet égard.</p> <p>Le soumissionnaire doit fournir les renseignements suivants sur la façon dont l'expérience mentionnée a été acquise pour chaque campagne :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Le titre et une description de la campagne de marketing expérientiel;</li> <li>b. Les objectifs;</li> <li>c. Les dates de début et de fin;</li> <li>d. La valeur du contrat ou la fourchette de valeur;</li> <li>e. L'emplacement ou les emplacements (provinces et/ou régions) de chaque événement ou activité des campagnes;</li> <li>f. Une description de la stratégie et la justification de son élaboration;</li> <li>g. Une description des publics cibles et de l'information liée à la recherche effectuée sur ces publics cibles;</li> <li>h. Une description des activités et des tactiques qui ont été mises en œuvre et une justification de leur choix;</li> <li>i. Une description des indicateurs de rendement clés (IRC) et de la façon dont ils ont été élaborés;</li> <li>j. Une description des résultats, dont au moins deux leçons apprises et deux réussites importantes.</li> </ul>		
<b>O3</b>	<p>Le soumissionnaire doit fournir, dans le cadre d'une campagne de marketing expérientiel, deux résumés détaillés de projets liés à la sensibilisation des communications. Ces résumés doivent montrer une expérience de la planification stratégique, de l'élaboration, de la mise en œuvre et de la surveillance et de la production de rapports à cet égard concernant des activités de sensibilisation des communications en particulier. Les projets en question doivent dater des cinq dernières années.</p> <p>Les résumés des projets de communication doivent comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Le titre et la description générale de la campagne de marketing expérientiel dans laquelle les projets s'inscrivaient;</li> <li>b. Les objectifs de communication;</li> <li>c. Les dates de début et de fin;</li> <li>d. Une description du matériel ou des activités de sensibilisation des communications, les éléments qui ont été créés et la raison pour laquelle ils</li> </ul>		

	ont été choisis; e. Une description des IRC; f. Une description des résultats, dont au moins deux leçons apprises et deux réussites importantes.		
<b>O4</b>	<b>CAPACITÉ DE COMMUNIQUER EN ANGLAIS ET EN FRANÇAIS</b>  Le soumissionnaire doit fournir une preuve selon laquelle il est en mesure d'offrir tous les services décrits dans l'énoncé des travaux, en français et en anglais, au fur et à mesure des besoins.		

### 3. CRITÈRES COTÉS

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

N°	Critères	Cotation Maximum de points disponibles	Note réelle	Remarques
<b>C1</b>	<p>Pour chacun des deux résumés de projets fournis en O2 (planification, élaboration, mise en œuvre, supervision, surveillance de campagnes de marketing expérientiel et production de rapports à cet égard), des points seront attribués pour chaque élément répondant à ce qui suit.</p> <p><b>ATTRIBUTION DES POINTS :</b> La soumission sera notée comme suit.</p> <p><b>Renseignements généraux sur le projet :</b> (5 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La réponse est complète en ce sens qu'elle aborde clairement tous les éléments permettant d'avoir une très bonne compréhension des projets (c.-à-d. objectifs clairs, durée, valeur, emplacement, stratégie proposée, public cible, activités mises en œuvre, IRC pertinents, succès concrets et leçons apprises) et fournit des renseignements et des exemples exceptionnellement pertinents. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</li> <li>La réponse est plutôt complète en ce sens qu'elle aborde certains renseignements à l'appui de chacun des éléments permettant d'avoir une compréhension des projets (c.-à-d. objectifs, durée, valeur, emplacement, stratégie proposée, public cible, activités mises en œuvre, certains IRC, certaines réussites et leçons apprises). Par</li> </ul>	<b>/60</b>		

	<p>conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La réponse n'est pas complète en ce sens qu'elle n'aborde pas complètement tous les éléments, qu'elle traite de certains éléments de façon théorique ou qu'elle ne fournit pas suffisamment d'éléments pour comprendre les projets (c.-à-d. pas d'objectifs clairs, de durée, de valeur, d'emplacement, stratégie mal expliquée, pas assez de renseignements sur les activités mises en œuvre, information limitée sur les IRC ou les leçons apprises). Par conséquent, la réponse ne peut être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>Stratégie proposée : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La stratégie globale proposée pour le projet de marketing expérientiel était extrêmement pertinente, importante, efficace et très novatrice. Un nombre important d'éléments stratégiques ont été pris en compte et des recherches ont été menées ou analysées à l'appui de la proposition. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</li> <li>La stratégie globale du projet de marketing expérientiel était pertinente, importante et efficace. Certains éléments stratégiques ont été pris en compte, et quelques recherches ont été menées ou analysées à l'appui de la proposition. Par conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</li> <li>La stratégie globale du projet de marketing expérientiel n'était ni pertinente, ni importante, ni efficace, ni novatrice. Très peu ou aucun élément stratégique n'a été pris en compte, et aucune recherche n'a été analysée ou menée à l'appui de la proposition. Par conséquent, la réponse ne peut être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>Publics cibles et recherche : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le public cible cadrerait très bien avec les objectifs, et des recherches exhaustives ont été menées sur les tactiques qui fonctionnent bien auprès de ce public. (5 points)</li> <li>Le public cible cadrerait avec les objectifs, et</li> </ul>			
--	---	--	--	--

	<p>quelques recherches ont été menées sur les tactiques qui fonctionnent bien auprès de ce public. (3 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le public cible ne cadrerait pas avec les objectifs, et les recherches menées sur les tactiques qui fonctionnent bien auprès de ce public étaient limitées ou inexistantes. (0 point)</li> </ul> <p><b>Pertinence, efficacité et justification des activités et tactiques de marketing expérientiel mises en œuvre : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les activités et tactiques de marketing expérientiel étaient extrêmement pertinentes, importantes, efficaces et très novatrices et elles ont permis de dépasser les objectifs. Les activités et les tactiques surpassaient largement les tactiques moyennes; la raison pour laquelle ces activités et tactiques ont été choisies était très solide. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</li> <li>Les activités et les tactiques de marketing expérientiel étaient plutôt pertinentes, importantes, et efficaces et elles ont permis d'atteindre les objectifs; les tactiques étaient moyennes. La raison pour laquelle ces activités et tactiques ont été choisies était moyenne. Par conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</li> <li>Les activités et les tactiques de marketing expérientiel n'étaient pas pertinentes ou de grande envergure; elles ont été abordées de façon théorique ou elles n'ont pas atteint les objectifs; la justification n'était pas pertinente ou très peu de renseignements ont été fournis sur les raisons pour lesquelles ces activités et tactiques ont été choisies. Par conséquent, la réponse ne peut pas être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>IRC et évaluation du projet : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les IRC et l'évaluation du marketing expérientiel étaient très pertinents et complets et ont permis d'évaluer clairement le succès des activités et des tactiques. Les IRC quantitatifs ont été pris en compte et comprenaient une analyse qualitative approfondie. Les IRC étaient fortement liés</li> </ul>			
--	--	--	--	--



	<p>à l'objectif du projet. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les IRC et l'évaluation du marketing expérientiel étaient plutôt pertinents et comportaient un certain niveau d'information. Ils ont permis d'évaluer le succès des activités et tactiques. Les IRC quantitatifs ont été pris en compte et comprenaient une analyse qualitative limitée. Les IRC étaient plutôt liés à l'objectif du projet. Par conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</li> <li>Certains IRC du marketing expérientiel ont été fournis, mais ils n'étaient pas pertinents ou n'étaient pas complets. Les IRC n'ont pas permis d'évaluer le succès des activités et des tactiques. Par conséquent, la réponse ne peut être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>Leçons apprises et succès : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le succès du projet de marketing expérientiel a été remarquable, et les leçons apprises ont été cernées et adaptées tout au long de la mise en œuvre des activités et des tactiques. Les leçons apprises n'auraient jamais été connues avant la mise en œuvre des tactiques. (5 points)</li> <li>Le projet de marketing expérientiel a été couronné de succès et les leçons apprises n'auraient pas nécessairement pu être connues avant la mise en œuvre des tactiques. (3 points)</li> <li>Le projet de marketing expérientiel n'a pas été un succès et les leçons apprises auraient dû être connues avant la mise en œuvre des tactiques. (0 point)</li> </ul>			
<b>C2</b>	<p>Pour chacun des deux résumés de projets fournis en O3 (planification stratégique, élaboration, mise en œuvre et surveillance des activités de sensibilisation des communications et production de rapports à cet égard), dans le cadre d'une campagne de marketing expérientiel.</p> <p>Des points seront attribués pour chaque élément pour lequel une réponse aura été reçue.</p>	<b>/40</b>		

	<p>ATTRIBUTION DES POINTS : La soumission sera notée comme suit ;</p> <p><b>Renseignements généraux du volet de sensibilisation des communications : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La réponse est complète en ce sens qu'elle aborde clairement tous les éléments permettant d'avoir une très bonne compréhension du volet de sensibilisation des communications (c.-à-d. objectifs clairs, ce qui a été mis en œuvre, IRC précis, réussite concrète et leçons apprises) et fournit des renseignements à l'appui exceptionnellement pertinents pour tous les éléments. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</li> <li>La réponse est plutôt complète en ce sens qu'elle contient des renseignements pour tous les éléments permettant d'avoir une compréhension du volet de sensibilisation des communications (c.-à-d. objectifs énoncés simplement, quelques renseignements minimaux sur ce qui a été mis en œuvre, IRC de base, renseignements minimaux sur le succès et les leçons apprises). Par conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</li> <li>La réponse n'est pas complète en ce sens qu'elle n'aborde pas tous les éléments généraux de communication du projet. Elle ne fournit pas suffisamment d'éléments pour comprendre la campagne de sensibilisation des communications (c.-à-d. renseignements limités sur les objectifs, sur ce qui a été mis en œuvre, les IRC ou les leçons apprises). Par conséquent, la réponse ne peut être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>Pertinence et efficacité du matériel et/ou des activités de sensibilisation des communications créés : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le matériel et/ou les activités de sensibilisation des communications étaient très pertinents, importants, efficaces et novateurs et ils ont permis de dépasser les objectifs. Le matériel et les activités dépassaient de beaucoup les tactiques moyennes. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</li> </ul>			
--	---	--	--	--

	<p>points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le matériel et/ou les activités de sensibilisation des communications étaient moyens, et plutôt pertinents, importants et efficaces, et ils ont permis d'atteindre les objectifs. Par conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</li> <li>Le matériel et/ou les activités de sensibilisation des communications n'étaient pas pertinents ou d'une grande envergure, et ils n'ont été abordés que de façon théorique ou n'ont pas atteint les objectifs. Par conséquent, la réponse ne peut être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>IRC et évaluation de la sensibilisation des communications : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Les IRC et l'évaluation de la sensibilisation des communications étaient très pertinents et complets et ils ont permis d'évaluer clairement le succès des tactiques. Les IRC quantitatifs ont été pris en compte et comprenaient une analyse qualitative approfondie. Les IRC étaient très liés à l'objectif de communication du projet. Par conséquent, la réponse est considérée comme étant exceptionnelle. (5 points)</li> <li>Les IRC et l'évaluation de la sensibilisation des communications étaient plutôt pertinents et comportaient un certain niveau d'information. Ils ont permis d'évaluer le succès de la tactique. Les IRC quantitatifs étaient inclus, mais l'analyse qualitative était limitée. Les IRC étaient plutôt liés à l'objectif de communication du projet. Par conséquent, la réponse est considérée, dans l'ensemble, comme étant satisfaisante. (3 points)</li> <li>Certains IRC de sensibilisation des communications ont été fournis, mais ils n'étaient pas pertinents ou n'étaient pas complets. Les IRC n'ont pas permis d'évaluer le succès de la tactique. Par conséquent, la réponse ne peut être considérée comme étant valable. (0 point)</li> </ul> <p><b>Leçons apprises et succès de la sensibilisation des communications : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le succès de la sensibilisation des</li> </ul>			
--	--	--	--	--

	<p>communications a été remarquable et les leçons apprises ont été cernées et adaptées tout au long de la mise en œuvre des tactiques. Les leçons apprises n'auraient jamais été connues avant la mise en œuvre des tactiques. (5 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La sensibilisation des communications a été un succès et les leçons apprises n'auraient pas nécessairement pu être connues avant la mise en œuvre des tactiques. (3 points)</li> <li>La sensibilisation des communications n'a pas été un succès et les leçons apprises auraient dû être connues avant la mise en œuvre des tactiques. (0 point)</li> </ul>			
<b>C3</b>	<p>À titre d'exemple de projet fictif, le soumissionnaire devrait proposer une approche de gestion de projet qui tient compte des besoins du client en fonction de l'énoncé des travaux à l'annexe A. L'approche de gestion de projet NE DOIT PAS dépasser quatre pages recto (la police de caractères Arial ne doit pas être inférieure à 10). L'approche de gestion de projet DOIT comprendre les éléments suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Une description de la façon dont le soumissionnaire prévoit travailler avec le client.</li> <li>Une méthode pour déterminer les risques potentiels et l'établissement d'une stratégie d'atténuation.</li> <li>Des méthodes de contrôle de la qualité et de livraison à temps.</li> <li>Un exemple de plan d'action détaillé qui comprend les tâches essentielles et jalons, les ressources et les échéances associées à chaque tâche requise pour l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du programme de marketing expérientiel en personne ou virtuel et de la sensibilisation des communications connexe;</li> </ul> <p>ATTRIBUTION DES POINTS : La soumission sera notée comme suit;</p> <p><b>Approche globale de gestion de projet : (10 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Des renseignements importants mènent à une compréhension complète et approfondie de la façon dont le</li> </ul>	<b>/40</b>		

	<p>soumissionnaire propose de travailler en collaboration avec le client. La description montre une façon très efficace de gérer le projet et une excellente relation de travail entre le soumissionnaire et le client. (10 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les renseignements permettent de comprendre comment le soumissionnaire propose de travailler en collaboration avec le client. La description montre une bonne façon de gérer le projet et une bonne relation de travail entre le soumissionnaire et le client. (5 points)</li> <li>• Les renseignements ne permettent pas de comprendre comment le soumissionnaire propose de travailler en collaboration avec le client. La description ne donne aucune indication de la façon dont le travail ou la relation serait géré. (0 point)</li> </ul> <p><b>Outils de gestion de projet pour rester sur la bonne voie : (10 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des renseignements importants mènent à une compréhension complète et approfondie de la façon dont le soumissionnaire s'assurera que le rendement et les objectifs prévus sont atteints. Les méthodes et les outils de gestion de projet pour rester sur la bonne voie sont très solides, efficaces et novateurs. (10 points)</li> <li>• Les renseignements permettent de comprendre comment le soumissionnaire s'assurera que le rendement et les objectifs prévus sont atteints. Les méthodes et les outils de gestion de projet permettant de rester sur la bonne voie sont bons et efficaces. (5 points)</li> <li>• Les renseignements ne permettent pas de comprendre comment le soumissionnaire s'assurera que le rendement et les objectifs prévus sont atteints. Les méthodes et les outils de gestion de projet pour rester sur la bonne voie sont faibles. (0 point)</li> </ul> <p><b>Risques et stratégies d'atténuation : (10 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Des renseignements importants mènent à une compréhension complète et approfondie de la façon dont le soumissionnaire propose d'atténuer les risques et de composer avec les</li> </ul>			
--	---	--	--	--

	<p>événements imprévus. L'analyse des risques est très réaliste et pertinente. Les éventualités du plan B sont clairement expliquées, pertinentes et réalisables. (10 points)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les renseignements permettent de comprendre comment le soumissionnaire propose d'atténuer les risques et de composer avec les événements imprévus. L'analyse des risques est plutôt réaliste et pertinente. Les éventualités du plan B sont mentionnées et plutôt pertinentes ou réalisables. (5 points)</li> <li>• Les renseignements ne permettent pas de comprendre comment le soumissionnaire propose d'atténuer les risques et de composer avec les événements imprévus. L'analyse des risques ou les éventualités du Plan B ne sont pas pertinentes. (0 point)</li> </ul> <p><b>Plan d'action : (10 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le plan d'action a été très clairement élaboré, il est très efficace et il comprend ou dépasse toutes les exigences (tâches essentielles et jalons, ressources et échéances) pour chaque tâche requise pour l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du programme de marketing expérientiel en personne ou virtuel. Le plan a permis d'avoir un très bon aperçu des étapes précises du projet. (10 points)</li> <li>• Le plan d'action a été clairement élaboré, il est plutôt efficace et comprend la plupart des exigences (tâches essentielles et jalons, ressources et échéances) pour chaque tâche requise pour l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation du programme de marketing expérientiel en personne ou virtuel. Le plan a permis d'avoir un bon aperçu des étapes précises du projet. (5 points)</li> <li>• Le plan d'action n'a pas été élaboré très clairement, n'est pas très efficace et ne comprenait pas toutes les exigences (tâches essentielles et jalons, ressources et échéances) pour chaque tâche requise pour l'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation de programme de marketing expérientiel en personne ou virtuelle. Le plan n'était pas bien élaboré et ne permet pas d'avoir un bon aperçu des étapes précises du projet/ne donne pas un bon aperçu des étapes précises du projet. (0</li> </ul>			
--	---	--	--	--

	point)			
C4	<p>Le soumissionnaire doit prouver, en présentant un résumé détaillé du projet, qu'il a créé et géré une campagne nationale au cours des cinq dernières années, qui a permis de faire connaître un ou plusieurs sujets ou enjeux sociaux)*. Le soumissionnaire doit indiquer en quoi l'expérience acquise dans le cadre du projet est liée aux travaux requis qui sont décrits dans l'énoncé des travaux à l'annexe A.</p> <p>*Sujet ou enjeu social — Tout sujet qui n'a pas une finalité commerciale (comme les campagnes contre le tabagisme, la conduite avec facultés affaiblies, les problèmes de sécurité ou de santé, etc.).</p> <p>Le résumé du projet NE DOIT PAS dépasser deux pages recto (avec une police de caractères Arial qui n'est pas inférieure à 10 u l'équivalent) et doit comprendre ce qui suit :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nature et portée des services de marketing expérientiel fournis, notamment : <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Le titre du projet;</li> <li>b. Les objectifs;</li> <li>c. Les dates de début et de fin du projet;</li> <li>d. La valeur du contrat ou la fourchette de valeur;</li> <li>e. Une description sommaire des événements et des activités de marketing expérientiel;</li> <li>f. Les sujets ou enjeux sociaux de la campagne;</li> <li>g. La façon dont l'expérience du projet est liée aux travaux requis qui sont décrits dans l'énoncé des travaux à l'annexe A.</li> </ol> </li> </ol> <p>ATTRIBUTION DES POINTS : La soumission sera notée comme suit ;</p> <p><b>Résumé du projet — Sujet social : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le résumé du projet est clairement un sujet ou un enjeu social et indique pleinement en quoi il est lié à l'énoncé des travaux de l'annexe A. (5 points)</li> <li>• Le résumé du projet est plutôt lié à un sujet ou à un enjeu social et indique dans une certaine mesure en quoi il est lié à l'énoncé de travail de l'annexe A. (3 points)</li> <li>• Le résumé du projet n'est pas lié à un sujet</li> </ul>	/15		

	<p>ou à un enjeu social et n'indique pas en quoi il est lié à l'énoncé des travaux de l'annexe A. (0 point)</p> <p><b>Objectifs du projet : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Les objectifs ont été clairement décrits et le lien avec le sujet ou l'enjeu social est décrit. Les objectifs touchent vraiment un sujet social. (5 points)</li> <li>• Les objectifs sont décrits et il y a en quelque sorte un lien avec un sujet ou un enjeu social. Les objectifs touchent plutôt un sujet social. (3 points)</li> <li>• Les objectifs ne sont pas décrits et il n'y a pas de lien avec un sujet ou un enjeu social. Les objectifs ne touchent pas un sujet social. (0 point)</li> </ul> <p><b>Pertinence des tâches et des activités du projet : (5 points)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La description des tâches et des activités liées aux enjeux ou sujets sociaux, mises en œuvre touche les travaux décrits dans l'énoncé des travaux à l'annexe A. (5 points)</li> <li>• La description des tâches et des activités liées aux enjeux ou sujets sociaux, mises en œuvre touche plutôt les travaux décrits dans l'énoncé des travaux à l'annexe A. (3 points)</li> <li>• La description des tâches et des activités liées aux enjeux ou sujets sociaux, mises en œuvre ne touche pas les travaux décrits dans l'énoncé des travaux à l'annexe A. (0 point)</li> </ul>			
--	--	--	--	--



---

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

### **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 de la PARTIE 5 de la DEMANDE DE SOUMISSIONS

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

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

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

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

Compléter à la fois A et B.

A. Cochez seulement une des déclarations suivantes :

- ☐ A1. Le soumissionnaire atteste qu'il n'a aucun effectif au Canada.
- ☐ A2. Le soumissionnaire atteste qu'il est un employeur du secteur public.
- ☐ A3. Le soumissionnaire atteste qu'il est un employeur sous réglementation fédérale, dans le cadre de la Loi sur l'équité en matière d'emploi.
- ☐ A4. Le soumissionnaire atteste qu'il a un effectif combiné de moins de 100 employés permanents à temps plein et/ou permanents à temps partiel au Canada.

A5. Le soumissionnaire a un effectif combiné de 100 employés ou plus au Canada; et

- ☐ A5.1. Le soumissionnaire atteste qu'il a conclu un Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi valide et en vigueur avec EDSC – Travail.

**OU**

- ☐ A5.2. Le soumissionnaire a présenté l'Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi (LAB1168) à EDSC - Travail. Comme il s'agit d'une condition à l'attribution d'un contrat, remplissez le formulaire intitulé Accord pour la mise en œuvre de l'équité en matière d'emploi (LAB1168), signez-le en bonne et due forme et transmettez-le à EDSC – Travail.

B. Cochez seulement une des déclarations suivantes :

- ☐ B1. Le soumissionnaire n'est pas une coentreprise.

**OU**

- ☐ B2. Le soumissionnaire est une coentreprise et chaque membre de la coentreprise doit fournir à l'autorité contractante l'annexe Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation. (Consultez la section sur les coentreprises des instructions uniformisées.)

N° de l'invitation - Solicitation No.  
HT399-202481/A  
N° de réf. du client - Client Ref. No.  
HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.  
File No. - N° du dossier  
CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID  
CX024  
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

## ANNEXE F

### FORMULAIRE TPSGC-PWGSC 572 AUTORISATION DE TÂCHES



Public Works and Government  
Services Canada

Travaux publics et Services  
gouvernementaux Canada

Annex  
Annexe

#### Task Authorization Autorisation de tâche

Contract Number - Numéro du contrat

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

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

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

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

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

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

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

N° de l'invitation - Solicitation No.  
HT399-202481/A  
N° de réf. du client - Client Ref. No.  
HT399-202481

N° de la modif - Amd. No.  
File No. - N° du dossier  
CX024.HT399-202481

Id de l'acheteur - Buyer ID  
CX024  
N° CCC / CCC No./ N° VME - FMS

Annex  
Annexe

Contract Number - Numéro du contrat

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

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

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

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

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

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

Signature

Date

PWGSC Contracting Authority - Autorité contractante de TPSGC

Signature

Date

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

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

Signature

Date