

TELEFILM
C A N A D A

PARTENAIRE
DE ▶
CHOIX

APPEL D'OFFRES :

RETOUR AU CINÉMA
CAMPAGNE DE SERVICE PUBLIC

Numéro de l'invitation : TFC-037-05102021

5 octobre 2021

TELEFILM.CA    

TABLE DES MATIÈRES

1.	RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	- 4 -
1.1	Confidentialité	- 4 -
1.2	Exigences relatives à la sécurité	- 4 -
1.3	Compte rendu.....	- 4 -
1.4	Propriété de la soumission	- 4 -
1.5	Responsabilité et coûts engagés par les soumissionnaires	- 4 -
1.6	Retrait d'une soumission	- 4 -
1.7	Modification de la demande de soumissions	- 4 -
1.8	Validité des soumissions	- 5 -
1.9	Résumé du mandat.....	- 5 -
1.10	Cadre juridique.....	- 5 -
2.	INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES	- 6 -
2.1	Instructions, clauses et conditions uniformisées	- 6 -
2.2	Avis d'intention de répondre	- 6 -
2.3	Point de contact	- 6 -
2.4	Demandes de renseignements – en période de soumission	- 6 -
2.5	Présentation des soumissions et attribution du contrat.....	- 6 -
2.6	Lois applicables	- 6 -
2.7	Contestation du processus et mécanismes de recours	- 6 -
2.8	Personnes-ressources	- 7 -
3.	INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS.....	- 8 -
3.1	Section I : Soumission technique	- 8 -
	Mandat et tâches.....	- 8 -
	Proposition des services	- 8 -
	Livrables	- 9 -
	Ressources.....	- 9 -
	Bilinguisme des ressources proposées.....	- 9 -
3.2	Section II : Soumission financière incluant une structure de coûts détaillée	- 10 -
4.	PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION	- 10 -
4.1	Procédures d'évaluation	- 10 -
4.3	Critères d'évaluation techniques par pointage	- 11 -

4.4	Critères d'évaluation financiers par pointage	- 12 -
4.5	Méthode de sélection	- 12 -
5.	ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES.....	- 12 -
5.1	Droits réservés.....	- 13 -
	ANNEXE A – ÉNONCÉ DU MANDAT	- 14 -
	ANNEXE B – TÉLÉFILM ET SON ENVIRONNEMENT	- 15 -

1. RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1.1 Confidentialité

Ce document contient des renseignements confidentiels appartenant à Téléfilm Canada (« **Téléfilm** » ou la « **Société** ») qui sont fournis uniquement pour permettre au soumissionnaire d'évaluer la demande de soumissions. En recevant ce document et en prenant connaissance de son contenu, le destinataire s'engage à garder ces renseignements confidentiels et à ne pas les reproduire ou les divulguer à quiconque, sauf aux personnes directement responsables d'évaluer le contenu de l'invitation à soumissionner, à moins d'y être explicitement autorisé par Téléfilm. De plus, le soumissionnaire reconnaît que Téléfilm est une société d'État assujettie à la *Loi sur l'accès à l'information* et à la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Téléfilm se réserve le droit de demander que le présent document et tout autre renseignement confidentiel fourni au soumissionnaire pendant le processus de demande de soumissions soient détruits une fois que l'évaluation du soumissionnaire sera terminée. Téléfilm se réserve aussi le droit de demander au soumissionnaire la confirmation de la destruction desdits documents.

1.2 Exigences relatives à la sécurité

Le soumissionnaire dont la proposition aura été retenue devra obtenir toute attestation de sécurité exigée par Téléfilm. Cela implique notamment l'obtention par l'associé responsable de la mission et les autres ressources identifiées de toute attestation de sécurité exigée par Téléfilm. Les soumissionnaires doivent mentionner, dans leur proposition, toute attestation de sécurité qui concerne les ressources impliquées et qui serait déjà existante.

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 Téléfilm dans les 15 jours ouvrables suivant la réception des résultats du processus.

1.4 Propriété de la soumission

La soumission présentée ainsi que les documents afférents demeurent la propriété exclusive de Téléfilm et ne seront pas retournés au soumissionnaire.

1.5 Responsabilité et coûts engagés par les soumissionnaires

Tous les coûts, frais, dépenses, etc., directs et indirects, engagés et / ou payés par les soumissionnaires afin de participer à la présente demande de soumissions sont à la charge unique et entière des soumissionnaires.

1.6 Retrait d'une soumission

Les soumissionnaires peuvent retirer leur soumission par courriel en tout temps avant l'heure et la date limite fixées pour la réception des soumissions, sans que cela ne les empêche de soumettre une nouvelle soumission dans le délai prescrit.

1.7 Modification de la demande de soumissions

Téléfilm se réserve le droit de modifier, de clarifier ou de corriger la présente demande de soumissions, en tout ou en partie, à tout moment pendant le processus de demande de soumissions. Ces modifications peuvent inclure, entre autres, des précisions apportées à la suite d'une demande d'information de la part d'un des soumissionnaires participant au processus.

Les soumissionnaires seront avisés de toute modification au moyen d'un addenda, qui sera incorporé au document de demande de soumissions et en deviendra partie intégrante.

1.8 Validité des soumissions

Les soumissions présentées doivent demeurer valables pendant une période de cent vingt (120) jours après la date et l'heure de tombée prévues pour la réception des soumissions.

1.9 Résumé du mandat

Téléfilm Canada est à la recherche d'une agence de marketing à service complet afin de développer, concevoir et mettre en œuvre une campagne de service public efficace et ce, dans les deux langues, dont l'objectif est d'encourager les consommateurs canadiens à retourner aux salles de cinéma.

Le présent document constitue un appel d'offres pour la sélection de l'agence de marketing.

L'énoncé détaillé du mandat est présenté à l'[annexe A](#). Le mandat sera octroyé pour une période d'un an commençant en octobre 2021, et des prolongations seront possibles (voir l'article 6.1).

1.10 Cadre juridique

Téléfilm est une société d'État régie par la [Loi sur Téléfilm Canada](#) et certaines dispositions de la partie X de la [Loi sur la gestion des finances publiques](#) (la « **LGFP** ») et de la partie VIII de la *Loi sur l'administration financière (chapitre F-10 des Statuts révisés du Canada de 1970, dans sa version antérieure au 1er septembre 1984)*. En vertu de l'article 131 de la LGFP, Téléfilm doit veiller à faire tenir des documents comptables et à mettre en œuvre, en matière de finances et de gestion, des moyens de contrôle et d'information et à faire appliquer des méthodes de gestion.

Pour ce faire, Téléfilm doit veiller à ce que ses documents comptables, ses systèmes et ses pratiques soient tenus et maintenus de manière à fournir une assurance raisonnable que :

- Ses actifs sont protégés et contrôlés;
- Ses opérations sont menées conformément aux dispositions pertinentes de la LGFP et de ses règlements et de l'acte constitutif de Téléfilm et de ses règlements administratifs, et en conformité avec les instructions qui lui ont été données; et
- Ses ressources financières, humaines et matérielles sont gérées de façon économique et efficiente et que ses opérations sont menées avec efficacité.

Téléfilm procède à des audits internes de ses opérations afin de s'assurer que les éléments précités sont conformes au cadre juridique applicable.

Par ailleurs, en conformité avec la *Loi sur Téléfilm Canada*, le vérificateur général du Canada examine les comptes et les opérations financières de Téléfilm et produit un rapport dans le cadre de son audit annuel de Téléfilm. Pour ce faire, le vérificateur général du Canada peut se fonder, dans la mesure qu'il juge possible, sur tout audit interne ayant été effectué. De plus, le Bureau du vérificateur général du Canada réalise un examen spécial au moins tous les dix ans. Le dernier examen spécial a été réalisé pendant l'exercice 2019-2020 de Téléfilm.

Finalement, Téléfilm a défini les rôles et responsabilités en matière de surveillance des services d'audit interne dans la charte du comité d'audit et des finances (le « **CAF** »).

2. INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES

2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées

Les soumissionnaires qui présentent une soumission acceptent d'être liés par les instructions, les clauses et les conditions de la demande de soumissions et acceptent les clauses et les conditions du contrat qui en résulte.

2.2 Avis d'intention de répondre

Tous les soumissionnaires peuvent informer Téléfilm par courriel, à l'adresse appel4@telefilm.ca, de leur intention de répondre à l'appel d'offres.

L'avis d'intention de répondre doit comprendre les renseignements suivants :

- Nom du projet (Campagne Retour au cinéma);
- Intention de répondre (oui ou non);
- Nom de l'agence;
- Nom de la personne-ressource;
- Numéro de téléphone de la personne-ressource; et
- Adresse de courriel de la personne-ressource.

2.3 Point de contact

Chaque soumissionnaire doit nommer une personne qui sera le seul point de contact pendant toute la durée du processus de demande de soumissions. Toute communication faite par Téléfilm sera adressée à cette personne.

2.4 Demandes de renseignements – en période de soumission

Toutes les demandes de renseignements doivent être transmises par courriel à l'adresse appel4@telefilm.ca au moins 5 jours civils avant la date de clôture de la période de soumission. Les demandes de renseignements reçues après ce délai pourraient ne pas obtenir de réponse. 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 Téléfilm puisse y répondre avec exactitude. Téléfilm peut modifier les questions ou demander aux soumissionnaires de le faire, afin d'en éliminer le caractère exclusif et de permettre la transmission des réponses à tous les soumissionnaires. Téléfilm peut ne pas répondre aux demandes de renseignements dont la formulation ne permet pas de les diffuser à tous les soumissionnaires.

2.5 Présentation des soumissions et attribution du contrat

Les soumissionnaires doivent préparer une seule soumission en conformité avec les exigences de la présente demande de soumissions. Ils doivent transmettre leurs soumissions par courriel à l'adresse appel4@telefilm.ca. La ligne d'objet du courriel doit indiquer clairement : **DEMANDE DE SOUMISSIONS : CAMPAGNE RETOUR AU CINÉMA**. En supposant que les conditions normales prévalent, Téléfilm entend sélectionner le fournisseur de services et lui attribuer le contrat en octobre 2021 afin qu'il soit prêt à travailler immédiatement.

2.6 Lois applicables

Se reporter aux clauses contractuelles de l'article 6.11.7.

2.7 Contestation du processus et mécanismes de recours

Les soumissionnaires ont accès à plusieurs mécanismes pour contester des aspects du processus d'approvisionnement, jusqu'à l'attribution du contrat et incluant le choix du fournisseur. Téléfilm les invite à porter d'abord leurs préoccupations à l'attention des personnes-ressources énumérées à la section 2.8. Si le soumissionnaire n'est toujours pas satisfait de la décision, il peut en appeler auprès du comité d'appel de Téléfilm par écrit dans les dix jours ouvrables suivant la réception de la décision.

2.8 Personnes-ressources

Marie-Christine Lambert
Conseillère, Communication et promotion

Andrea Archibald
Directrice, Communications

360, rue Saint-Jacques, bureau 600
Montréal (Québec) H2Y 1P5

(Salle du courrier momentanément fermée en raison de la COVID-19)

Courriel : appel4@telefilm.ca

3. INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS

Les informations qui suivent visent à uniformiser la présentation des propositions afin de garantir un processus simple et efficace.

Tous les renseignements visant à répondre aux exigences de la demande de soumissions peuvent être rédigés dans l'une ou l'autre des deux langues officielles du Canada.

3.1 Section I : Soumission technique

Les soumissionnaires doivent fournir les renseignements suivants, le cas échéant, pour chacun des livrables et des tâches énumérés ci-dessous :

- Une méthodologie de travail, incluant les rôles et responsabilités attendus du soumissionnaire et de Téléfilm Canada
- Une liste des éléments à fournir et un calendrier préliminaire sous la forme d'un plan de projet
- Le plan de projet doit mettre en valeur les principales phases ou activités, et contenir ces renseignements :
 - **Services** : Liste complète des services qui seront fournis afin de réaliser ce mandat dans le cadre du budget alloué;
 - **Ressources** : La proposition des ressources qualifiées; le type et le niveau des ressources avec leurs qualifications / désignations professionnelles;
 - **Nombre d'heures** : Le nombre d'heures prévu par type et par niveau de ressources requis (l'associé responsable devrait être clairement identifié);
 - **Tarifs horaires** : Les tarifs horaires par type et par niveau de ressources (les frais supplémentaires basés sur un pourcentage ne sont pas autorisés; les tarifs horaires doivent tenir compte de tous les frais afférents);
 - **Honoraires de traduction** : Les honoraires de traduction devraient être indiqués séparément (tous les éléments de marketing doivent être produits et livrés dans les deux langues officielles);
 - **Frais de déplacement** : Les frais de déplacement anticipés (si des déplacements sont requis, les frais doivent être approuvés et remboursés conformément aux politiques et procédures en vigueur à Téléfilm);
 - **Coût total** : Le coût total prévu pour chacun des éléments énumérés;
 - **Temps consacré par des ressources de Téléfilm** : Estimation du temps nécessaire de la part des ressources de Téléfilm pour la livraison de chacun des éléments énumérés;
- Le budget détaillé requis
- Une présentation de l'entreprise dans une annexe, comprenant des informations sur l'agence du soumissionnaire, ses services, son expérience de ce type de mandat et ses domaines d'expertise

Mandat et tâches

Téléfilm Canada est à la recherche d'une agence de marketing à service complet pour développer, concevoir et mettre en œuvre une campagne nationale de service public efficace et ce, dans les deux langues. L'objectif de cette campagne est d'encourager les consommateurs canadiens à retourner au cinéma. Elle sera déployée à travers le pays sous forme numérique, télévisuelle et imprimée.

Proposition des services

Les soumissionnaires doivent :

- Démontrer leur compréhension de l'appel d'offres;
- Démontrer leur capacité à réaliser les travaux;
- Démontrer une connaissance de Téléfilm Canada, de son mandat et de ses activités de promotion actuelles;
- Démontrer une connaissance approfondie de l'industrie audiovisuelle canadienne, de ses principaux intervenants et partenaires importants, et de ses défis actuels;
- Démontrer une connaissance approfondie du marché canadien de la consommation (autant francophone qu'anglophone);

- Démontrer une connaissance approfondie des stratégies de marketing;
- Fournir trois références de clients / mandats de type et de taille similaires, y compris une description du mandat; et
- Démontrer leur capacité de travailler et de produire du contenu dans les deux langues officielles.

Livrables

Plus précisément, le fournisseur de services devra :

- Développer, concevoir et exécuter une campagne créative inclusive visant à encourager les Canadiens à fréquenter de nouveau leurs cinémas locaux, tout en mettant en lumière les talents audiovisuels du Canada;
- Développer tous les éléments de création et de marketing, sous toutes leurs formes et dans tous leurs formats;
- Déployer la campagne à travers le pays par le biais de tous les canaux pertinents, y compris, mais sans s'y limiter, les médias numériques, les médias sociaux, les publications imprimées, les télédiffuseurs et la radio;
- Fournir des rapports réguliers portant à la fois sur le budget et les résultats; et
- Fournir des conseils stratégiques quant aux ajustements et aux changements nécessaires en vue d'améliorer les performances globales.

Le fournisseur de services s'engagera à fournir un ensemble de livrables convenus, à savoir :

1. Développement du concept

- Développement d'un concept de campagne de service public efficace visant les consommateurs canadiens à l'échelle du pays et ce, au sein des deux marchés linguistiques

2. Développement créatif et déploiement

- Conception et création des éléments marketing primaires dans les deux langues (vidéos de 15, 30 et 60 secondes)
- Conception et création des éléments marketing secondaires dans les deux langues (pour les campagnes imprimées, numériques, radio, etc.)

3. Stratégie publicitaire et déploiement

- Développer et déployer la stratégie de marketing payant
- Le fournisseur devra s'occuper de tous les placements médias, de l'adaptation de la création en fonction des différents médias, ainsi que de la gestion et de l'optimisation de toutes les campagnes numériques
- Fournir des rapports réguliers basés sur les indicateurs de performance et les critères de référence standard de l'industrie, et formuler des recommandations sur la meilleure façon d'améliorer les résultats

Ressources

Les soumissionnaires devraient fournir les curriculum vitae des ressources principales proposées. Pour chaque type de ressources en personnel proposé, les soumissionnaires doivent indiquer le nombre d'employés permanents dont ils disposent et qui sont capables de réaliser l'activité.

Des ressources appropriées doivent être disponibles pour exécuter le mandat.

Dans le cas où une ressource quitte le cabinet, celui-ci doit proposer une ressource équivalente, tel que plus amplement détaillé à l'article 6.10 ci-dessous. En cours de contrat, lorsqu'une expertise spécifique est requise ou si les ressources proposées ne sont pas à sa satisfaction, Téléfilm peut exiger qu'un autre fournisseur de services soit utilisé pour ce mandat. Le cas échéant, le contrat sera modifié en conséquence.

Bilinguisme des ressources proposées

Téléfilm exige que les principales ressources proposées parlent couramment l'anglais et le français (compréhension de lecture, expression écrite et interaction orale). Le soumissionnaire doit indiquer dans son offre le nom des ressources proposées qui répondent à cette exigence.

3.2 Section II : Soumission financière incluant une structure de coûts détaillée

En plus de l'estimation des prix établie dans la section des coûts techniques, le soumissionnaire doit fournir une structure de coûts détaillée. Les soumissionnaires doivent s'assurer de fournir une structure de coûts pour chaque type de ressource identifié dans le plan de projet.

4. PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

4.1 Procédures d'évaluation

Les soumissions reçues seront évaluées en fonction de l'ensemble des exigences de l'appel d'offres, incluant les critères d'évaluation techniques et financiers détaillés ci-dessous.

Un comité de sélection composé de représentants de Téléfilm évaluera les soumissions.

4.2 Critères d'évaluation techniques obligatoires (Expériences et mandats¹)

1) Cabinet national

- a. Les soumissionnaires doivent avoir des lieux d'affaires au Canada;
- b. Les soumissionnaires doivent indiquer leurs lieux d'affaires et fournir des renseignements sur leurs effectifs internes (nombre d'employés).

2) Bilinguisme des ressources

- a. Le soumissionnaire doit s'engager à disposer de ressources bilingues.

3) Capacité de travailler à distance

- a. Les soumissionnaires doivent préciser la méthodologie utilisée (processus et technologie) lorsqu'ils travaillent à distance;
- b. Les soumissionnaires doivent fournir les références de 2 clients.

4) Expérience dans le cadre de mandats similaires

- a. Les projets doivent démontrer la capacité du soumissionnaire à mener des campagnes de marketing de service public d'une ampleur similaire à celle de la campagne décrite précédemment;
- b. La préférence sera accordée à ceux dont au moins un des trois projets concerne l'industrie audiovisuelle.

5) Conflit d'intérêts

- a. Le cabinet, le partenaire ou les ressources proposées ne doivent pas être en conflit d'intérêts avec la Société ou avec un client ou un partenaire de la Société.

6) Diversité et inclusion : Téléfilm s'est engagée envers une industrie qui reflète une culture de respect mutuel, de dignité et d'inclusion et s'attend à ce que le soumissionnaire adhère à ces valeurs.

- a. Les soumissionnaires doivent indiquer leurs engagements envers la diversité et l'inclusion.

¹ Les mêmes expériences et mandats peuvent être utilisés pour le point 4.3 Critères d'évaluation techniques par pointage.

4.3 Critères d'évaluation techniques par pointage

Téléfilm recherche un cabinet en mesure de mettre à contribution ses meilleures ressources :

1) Expérience dans le cadre de mandats similaires :

Les soumissionnaires doivent démontrer leur expérience à travers les mandats précédents exécutés par les ressources proposées dans la réalisation de mandats, de livrables et de tâches semblables.

- a. La proposition doit décrire trois projets menés à bien par le soumissionnaire au cours des trois dernières années

2) Expérience et expertise dans l'industrie des médias et du divertissement (ou l'équivalent) :

- a. La préférence sera accordée à ceux dont au moins un des trois projets concerne l'industrie audiovisuelle

3) Méthodologie : Clarté et exhaustivité de la démarche, des méthodologies et des processus proposés, et évaluation et appréciation des modèles et exemples.

- a. Fournir les informations décrites plus haut pour chacun des mandats et livrables suivants :
 - **Développement du concept :**
Développement d'un concept de campagne de service public efficace visant les consommateurs canadiens à l'échelle du pays et ce, au sein des deux marchés linguistiques
 - **Développement créatif et déploiement :**
Conception et création des éléments marketing primaires dans les deux langues (vidéos de 15, 30 et 60 secondes); et conception et création des éléments marketing secondaires dans les deux langues (pour les campagnes imprimées, numériques, radio, etc.)
 - **Stratégie publicitaire et déploiement :**
Développer et déployer la stratégie de marketing payant; le fournisseur devra s'occuper de tous les placements médias, de l'adaptation de la création en fonction des différents médias, ainsi que de la gestion et de l'optimisation de toutes les campagnes numériques
 - **Rapports :**
Fournir des rapports réguliers basés sur les indicateurs de performance et les critères de référence standard de l'industrie, et formuler des recommandations sur la meilleure façon d'améliorer les résultats

4) Répartition du temps : le plan de projet à haut niveau présente la répartition du temps (%) par ressource, et ce pour chaque mandat, livrable et tâche, ainsi que certains renseignements financiers requis pour l'évaluation financière par pointage :

- Type et niveau des ressources;
- Estimation du nombre d'heures par ressource;
- Taux horaires par ressource;
- Frais de traduction prévus;
- Frais de déplacement prévus (si nécessaire);
- Coût total estimé pour chaque mandat et total général;
- Temps requis par des ressources de Téléfilm pour la livraison de chacun des éléments.

5) Évaluation de l'expérience et des qualifications des ressources proposées :

Les soumissionnaires devraient fournir des ressources possédant une expérience et des qualifications pertinentes pour le mandat et le travail à accomplir.

6) Qualité générale : Compréhension du mandat, intégralité, qualité des commentaires et qualité de la présentation de la soumission.

Les soumissionnaires doivent avoir démontré qu'ils ont saisi l'objet de l'appel d'offres et qu'ils sont capables de s'acquitter du travail conformément à toutes les normes professionnelles.

- 7) **Entretiens avec les agences** : Rencontres individuelles avec les soumissionnaires finalistes. Une fois les soumissionnaires finalistes choisis, Téléfilm les invitera à présenter leurs propositions, virtuellement. L'associé responsable proposé pour le mandat devrait être accompagné de l'associé principal / directeur et d'une des ressources principales proposées.

4.4 Critères d'évaluation financiers par pointage

Téléfilm veut obtenir la meilleure valeur et les meilleurs résultats pour son investissement.

Structure de coûts détaillée

Le soumissionnaire doit fournir une structure de coûts pour chaque type de ressource identifié dans le plan de projet. En plus du taux horaire, le soumissionnaire doit indiquer le nombre d'années d'expérience et le niveau d'expertise (par exemple, la certification) des ressources identifiées.

Budget

Le tarif forfaitaire pour ce mandat est de **200 000 \$ CA** (avant taxes) pour la fourniture des services créatifs décrits précédemment (frais d'agence), et de **250 000 \$ CA** (avant taxes) de frais de production pour un total ne dépassant pas **450 000 \$ CA** (taxes en sus).

Le budget consacré aux médias payants s'ajoutera aux frais de service et de production. Un montant total de **2 186 000 \$ CA** a été alloué au placement dans les médias payants.

Le montant présenté doit être forfaitaire, et le soumissionnaire doit s'engager à exécuter intégralement le mandat pour un montant forfaitaire. Tout ajout ou modification susceptible de limiter la portée de cet engagement entraînera le rejet de la soumission.

4.5 Méthode de sélection

Le contrat sera attribué au soumissionnaire en fonction de la grille d'évaluation suivante :

Respect des critères techniques obligatoires (oui / non)	10 %
Conformité aux exigences techniques	25 %
Critères spécifiques	30 %
Évaluation financière	15 %
Entretiens avec les soumissionnaires et présentation de l'équipe (qualité générale)	20 %
Total	100 %

5. ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

Les soumissionnaires doivent fournir les attestations et les renseignements supplémentaires suivants :

- Une lettre d'autorisation de signature indiquant que le représentant nommé est autorisé à signer au nom de l'agence et donc à soumettre une proposition en son nom;
- Les plus récents états financiers du cabinet;
- Les brochures et la documentation relatives aux produits et services; et
- Tout autre renseignement pertinent au sujet de la soumission.

L'information que les soumissionnaires fournissent à Téléfilm peut être vérifiée par Téléfilm à n'importe quel moment. À moins d'indication contraire, Téléfilm déclarera une soumission non recevable, ou un soumissionnaire en situation de défaut, s'il est établi que le soumissionnaire a fourni une fausse information, sciemment ou non, pendant la période d'évaluation des soumissions ou pendant la durée du contrat.

Téléfilm aura le droit de demander des renseignements supplémentaires pour vérifier l'information fournie par le soumissionnaire. Tout défaut de répondre et de coopérer à toute demande ou exigence imposée par Téléfilm rendra la soumission non recevable.

L'agence, l'associé responsable et les ressources proposées ne doivent pas être en situation de conflit d'intérêts avec Téléfilm.

5.1 Droits réservés

Téléfilm se réserve le droit :

- D'apporter des modifications au document de demande de soumissions, conformément à la section 1.7 des présentes;
- De n'accepter aucune des offres reçues, sans justification ou obligation envers les soumissionnaires;
- De choisir les soumissionnaires qu'elle croit qualifiés pour soumettre une proposition concurrentielle, de négocier avec eux et de conclure les négociations sans encourir de responsabilité;
- D'entreprendre des négociations avec les soumissionnaires au sujet d'un ou de tous les aspects de leur offre;
- De consulter les soumissionnaires pour obtenir des éclaircissements ou des vérifications au sujet de toute information fournie dans le cadre de la demande de soumissions;
- De retenir l'information relative au processus de sélection final;
- De contacter toute référence fournie par les soumissionnaires afin de vérifier et de valider les informations qu'ils ont soumises;
- D'effectuer un examen des installations des soumissionnaires et / ou d'examiner ses capacités techniques, financières et de gestion, en vue de déterminer s'il est en mesure de répondre aux exigences de la demande de soumissions;
- De vérifier toute information fournie par le soumissionnaire par le biais de recherches indépendantes, de l'utilisation de toute ressource gouvernementale ou en contactant des tiers;
- De convoquer en entrevue, aux frais des soumissionnaires, tout soumissionnaire et / ou une partie ou la totalité des ressources proposées par le soumissionnaire pour répondre aux exigences de la demande de soumissions;
- D'annuler la demande de soumissions à tout moment;
- De relancer la demande de soumissions.

ANNEXE A – ÉNONCÉ DU MANDAT

Téléfilm Canada est à la recherche d'un cabinet de marketing à service complet pour développer, concevoir et mettre en œuvre une campagne nationale de service public efficace et ce, dans les deux langues. L'objectif de cette campagne est d'encourager les consommateurs canadiens à retourner aux salles de cinéma. Elle sera déployée à travers le pays sous forme numérique, télévisuelle et imprimée, entre autres.

Plus précisément, le fournisseur de services devra :

- Développer, concevoir et exécuter une campagne créative inclusive visant à encourager les Canadiens à fréquenter de nouveau leurs cinémas locaux, tout en mettant en lumière les talents audiovisuels du Canada;
- Développer tous les éléments de création et de marketing, sous toutes leurs formes et dans tous leurs formats;
- Déployer la campagne à travers le pays par le biais de tous les canaux pertinents, y compris, mais sans s'y limiter, les médias numériques, les médias sociaux, les publications imprimées, les télédiffuseurs et la radio;
- Fournir des rapports réguliers portant à la fois sur le budget et les résultats; et
- Fournir des conseils stratégiques quant aux ajustements et aux changements nécessaires en vue d'améliorer les performances globales.

Portée du mandat

Le mandat est d'une durée d'un (1) an. Une année supplémentaire peut être ajoutée en option moyennant des tarifs ou des frais prédéterminés.

En adéquation avec les objectifs généraux du projet, la campagne d'intérêt public doit :

- Atteindre efficacement les cinéphiles canadiens et les encourager à fréquenter à nouveau leur cinéma local, afin de soutenir cet acteur essentiel de l'écosystème audiovisuel;
- Promouvoir les talents cinématographiques du pays et leurs productions directement auprès des consommateurs canadiens;
- Refléter la diversité du Canada (régionale, linguistique, de genre, des communautés autochtones, des communautés culturelles, de statut socio-économique, etc.);
- Tirer parti des plateformes de médias sociaux existantes de Téléfilm, dont Facebook, Instagram, YouTube et Twitter, ainsi que de l'outil de découverte « Plein la vue » de la Société (www.telefilm.ca/pleinlavue).

Livrables

Le fournisseur de services s'engagera à fournir un ensemble de livrables convenus, à savoir :

1. Développement du concept

- Développement d'un concept de campagne de service public efficace visant les consommateurs canadiens à l'échelle du pays et ce, au sein des deux marchés linguistiques

2. Développement créatif et déploiement

- Conception et création des éléments marketing primaires dans les deux langues (vidéos de 15, 30 et 60 secondes)
- Conception et création des éléments marketing secondaires dans les deux langues (pour les campagnes imprimées, numériques, radio, etc.)

3. Stratégie publicitaire et déploiement

- Développer et déployer la stratégie de marketing payant
- Le fournisseur devra s'occuper de tous les placements médias, de l'adaptation de la création en fonction des différents médias, ainsi que de la gestion et de l'optimisation de toutes les campagnes numériques
- Fournir des rapports réguliers basés sur les indicateurs de performance et les critères de référence standard de l'industrie, et formuler des recommandations sur la meilleure façon d'améliorer les résultats

ANNEXE B – TÉLÉFILM ET SON ENVIRONNEMENT

Contexte

L'industrie audiovisuelle canadienne, et en particulier les exploitants de salles de cinéma, ont été durement touchés par la pandémie de COVID-19. À cet égard, le ministre du Patrimoine canadien a récemment mis en place le Fonds de relance pour les secteurs des arts, de la culture, du patrimoine et du sport, qui injectera 300 millions de dollars sur deux ans, ainsi que le Fonds de réouverture, qui injectera 200 millions de dollars supplémentaires sur deux ans.

Téléfilm a été mandatée pour administrer 25 millions de dollars sur deux ans afin d'aider les exploitants de salles de cinéma de tout le pays à se relever et à reprendre le niveau d'activités pré-pandémique, par le biais de notre Programme d'aide à la diffusion en salle existant, ainsi que des sommes à allouer à des initiatives promotionnelles complémentaires pour encourager les auditoires canadiens à revenir au cinéma. Téléfilm versera des sommes supplémentaires pour la réouverture des festivals de films à travers le pays par le biais du Programme de promotion existant.

Déjà à l'affiche : initiatives promotionnelles en cours

Le service des communications de Téléfilm fait activement la promotion des talents et du contenu canadiens auprès des consommateurs canadiens par le biais de plusieurs initiatives, dont une campagne en continu sur les médias sociaux. Depuis 2020, nous avons aussi lancé un balado destiné à chacun des marchés linguistiques – [Maple Popcorn](#), animé par Marriska Fernandes et [Sortez le popcorn](#), présenté par Catherine Beauchamp – histoire de mettre en avant les talents et les films canadiens, le tout soutenu par une vaste offensive marketing.

De plus, en 2020, Téléfilm a créé et lancé la page [Plein la vue \(See it all\)](#), une page interactive permettant aux Canadiens de repérer les nouveautés diffusées sur la plateforme ou à l'affiche au cinéma local de leur choix. « Plein la vue » est soutenu par une campagne de marketing numérique, ainsi que par une campagne nationale menée par des micro-influenceurs.

Nous avons aussi augmenté le nombre de partenaires de plateforme pour inclure Apple, Crave, CBC Gem, icitou.tv, Hollywood Suite, notamment, afin de mieux promouvoir les films canadiens sur ces dernières.

Les initiatives promotionnelles de la Société ont les objectifs suivants :

- accroître la notoriété des longs métrages canadiens;
- améliorer la perception positive générale à l'égard des longs métrages canadiens;
- faciliter la découverte des longs métrages canadiens.