



Demande de renseignements
pour
Perfectionnement de la méthodologie de segmentation des voyageurs

Demande de renseignements n° : DC-2022-JW-02

Publication : le 7 avril 2022

Date limite : le 19 mai 2022 à 14 h, heure du Pacifique (HP)

1. Introduction

La présente demande de renseignements est publiée par la Commission canadienne du tourisme (CCT), exerçant ses activités sous le nom de Destination Canada (DC), dans le but d'obtenir des renseignements sur le marché qui l'aideront à choisir des options ou à déterminer des critères pour un achat ultérieur. On demande aux fournisseurs intéressés de transmettre à la CCT les renseignements indiqués ci-dessous.

Destination Canada, une société d'État fédérale, est l'organisme national de marketing touristique du Canada. Destination Canada soutient l'industrie touristique du Canada :

- en veillant à la prospérité et à la rentabilité de l'industrie canadienne du tourisme;
- en faisant la promotion du Canada comme destination touristique de choix;
- en favorisant les relations de collaboration entre le secteur privé et les gouvernements du Canada, des provinces et des territoires pour ce qui est du tourisme au Canada;
- en fournissant des renseignements touristiques sur le Canada au secteur privé et aux gouvernements du Canada, des provinces et des territoires.

À Destination Canada, nous sommes convaincus de la puissance du tourisme.

Nous aspirons à accroître la prospérité et le bien-être des Canadiens et à enrichir la vie des visiteurs.

Notre mission est d'influencer l'offre et de stimuler la demande dans l'intérêt des résidents, des communautés et des visiteurs, le tout grâce à de la recherche d'avant-garde, à un alignement sur les secteurs public et privé et à un marketing du Canada réalisé au pays et à l'étranger. En collaboration avec nos partenaires, nous faisons, ici comme dans d'autres pays, la promotion du Canada comme destination touristique quatre saisons de premier choix pour les voyages d'agrément et d'affaires.

La stratégie de Destination Canada met l'accent sur les marchés où la marque touristique du Canada est à l'avant-scène et qui donnent le meilleur rendement du capital investi. Nous misons sur la recherche pour orienter notre marketing fondé sur des données probantes dans dix marchés d'agrément cibles : l'Allemagne, l'Australie, le Canada, la Chine, la Corée du Sud, les États-Unis, la France, le Japon, le Mexique et le Royaume-Uni. En outre, notre équipe des Événements d'affaires tire parti d'une analyse approfondie du marché mondial pour cibler les grappes internationales qui correspondent aux secteurs économiques prioritaires du Canada.

Nous sommes convaincus que la diversité est la première richesse du Canada et que c'est aussi ce qui touche le plus les voyageurs. C'est pourquoi nous sommes résolus à agir comme champions de l'inclusion avec notre personnel, sur notre lieu de travail et dans nos interactions avec nos partenaires comme avec les voyageurs.

Pour obtenir de plus amples renseignements, consultez le www.destinationcanada.com/fr.

2. Calendrier de la demande de renseignements

Date de publication de la demande de renseignements	Le 7 avril 2022
Date limite de réception des questions	Le 25 avril 2022 à 14 h, heure du Pacifique (HP)
Date limite de publication des addendas	Le 9 mai 2022

Date limite de réception des soumissions	Le 19 mai 2022 à 14 h, heure du Pacifique (HP)
--	---

Le calendrier de la demande de renseignements pourrait être modifié à tout moment par la CCT, qui peut également annuler ou repousser les dates limites de réception des questions, de publication des addendas et de réception des soumissions.

3. Objectif d'affaires et contexte

Objectif d'affaires

Élaborer une méthodologie de segmentation des voyageurs à l'échelle mondiale qui, d'une part, définit au mieux les caractéristiques distinctives uniques des profils les plus susceptibles de voyager au Canada et, d'autre part, se traduit naturellement en un ciblage médiatique dans les marchés suivants : l'Allemagne, l'Australie, la Chine, la Corée du Sud, les États-Unis, la France, l'Inde, le Japon, le Mexique, le Royaume-Uni et le Canada. Ces marchés cibles peuvent changer d'une année à l'autre.

Résultats attendus :

- a) Méthodologie de segmentation des voyageurs – Proposition d'une approche méthodologique de segmentation des voyageurs d'agrément permettant de définir les profils les plus susceptibles de voyager au Canada en provenance des marchés suivants : l'Allemagne, l'Australie, la Chine, la Corée du Sud, les États-Unis, la France, l'Inde, le Japon, le Mexique, le Royaume-Uni et le Canada.
Nous cherchons une approche de segmentation résiliente qui s'adapte aux nouvelles technologies, aux changements dans la réglementation sur la confidentialité des données et à d'autres changements environnementaux.
- b) Activation de la segmentation des voyageurs – Proposition d'une approche visant à exploiter les segments cibles au moyen d'initiatives de marketing, notamment la consommation médiatique dans le cheminement vers l'achat.
- c) Suivi du comportement des segments – Proposition d'une approche fondée sur les données pour suivre les segments cibles au moyen d'enquêtes, de données comportementales ou d'autres sources de données (p. ex. cheminement vers l'achat, recherche, mobilité, consommation médiatique, renseignements détaillés, etc.)

Contexte de l'approche de segmentation actuelle de DC

Qu'est-ce que le Quotient explorateur (QE)?

En collaboration avec un fournisseur, Destination Canada a conçu en 2007 une méthodologie de segmentation psychographique exclusive (c'est-à-dire appartenant au fournisseur) appelée QE. Cette méthodologie de segmentation associe chaque personne à sa vision du monde et à ses valeurs sociales intrinsèques, puis crée des liens entre celles-ci et ses habitudes et motivations de voyage. À titre d'exemple, les personnes qui considèrent le monde comme un lieu dangereux et chaotique ont de plus fortes chances de rechercher la sécurité, le confort et la familiarité lorsqu'ils voyagent (c'est ce qu'on appelle le segment des « voyageurs à la recherche de familiarité »). En revanche, ceux qui voient le monde comme un lieu fascinant et stimulant peuvent avoir envie d'explorer d'autres cultures durant leurs vacances (c'est ce qu'on appelle le segment des « explorateurs culturels »).

Vous trouverez ci-dessous un condensé des segments du QE.

Segment	Hédonistes enthousiastes	Voyageurs avides de connaissances				Voyageurs en quête d'évasion	Voyageurs à la recherche de familiarité		
Segment général	Esprits libres	Explorateurs culturels	Adeptes d'expériences authentiques	Explorateurs d'histoire personnelle	Passionnés d'histoire culturelle	Touristes en quête de jouvence	Explorateurs en toute douceur	Touristes sans tracas	Voyageurs en réalité virtuelle
Caractéristiques	Très sociables et ouverts d'esprit, avides de nouveauté et d'aventure; ils aiment les expériences hédonistes haut de gamme.	Voyageurs assidus qui aiment s'imprégner de la culture, de la population et des paysages des endroits qu'ils visitent.	Voyageurs discrets qui cherchent à s'imprégner de leurs destinations de manière authentique et concrète; ils s'intéressent particulièrement aux voyages d'intérêt historique.	Volonté de renouer avec leurs propres racines; leurs voyages sont caractérisés par le style, le confort et la sécurité.	Ils voyagent pour explorer plus à fond leurs passe-temps et leurs centres d'intérêt, parmi lesquels se distinguent la culture et l'histoire.	Voyageurs pour qui la famille est importante et qui affectionnent les voyages d'évasion; ils aiment se faire plaisir et se faire choyer.	Réticents à s'aventurer loin de leur foyer, ils exigent le luxe et le confort lorsqu'ils voyagent.	Prudents, consciencieux et réservés, ils recherchent les voyages en groupe sécuritaires; ils veulent s'éloigner de leurs responsabilités et de leurs obligations du quotidien.	Réticents à voyager, ils souhaitent du confort et de la sécurité lorsqu'ils voyagent.

Plus de renseignements sur le QE et cas d'utilisation :

- [Destination Canada – Outils](#)
- [Destination Canada – Boîte à outils sur le Quotient explorateur \(QE\)](#)
- [Destination Canada – Profils du Quotient explorateur \(QE\)](#)
- [Quels sont vos goûts en matière de voyages? | Le Quotient explorateur](#)

Évolution du QE vers le QE 2.0

Le QE 2.0 donne la possibilité de cibler les segments du QE au Canada et aux États-Unis. Il permet de rattacher des types de QE à des régions de tri d'acheminement (RTA) au Canada et à des codes postaux additionnés de quatre chiffres (ZIP+4) aux États-Unis, à des fins de ciblage médiatique.

Pour élaborer le QE 2.0, DC a collaboré avec un autre fournisseur dont le produit phare est PRIZM, une base de données complète des consommateurs au Canada et aux États-Unis. PRIZM associe les valeurs sociales aux segments psychographiques du QE et à d'autres bases de données – médiatiques et démographiques, notamment. DC, ses partenaires et les agences médiatiques sont ainsi en mesure d'élaborer des plans média pour cibler des segments du QE précis.

Dans quels buts DC revoit-elle son approche de segmentation des voyageurs?

- Comprendre les voyageurs d'aujourd'hui et optimiser les occasions pour le Canada en concentrant ses efforts de marketing sur le public pertinent.
Cela fait quelques années que la méthodologie relative au QE a été mise à jour; elle peut ne pas correspondre au comportement et à la mentalité des voyageurs d'aujourd'hui.
- Suivre l'évolution des technologies et découvrir les nouveaux outils de segmentation et de ciblage existants sur le marché.
- Éclairer le contenu créatif et orienter les messages de marketing à l'échelle mondiale.

- d) Recourir à une solution de segmentation qui peut être mise en œuvre au moyen de nos efforts de marketing dans tous les marchés cibles de DC. Actuellement, DC peut utiliser cette solution uniquement en Amérique du Nord.
- e) Permettre le suivi et la surveillance du comportement des segments cibles dans le temps afin de recueillir des renseignements et de mesurer le rendement de nos initiatives de marketing (p. ex. favoriser l'attribution du marketing en reliant le comportement des voyageurs cibles à nos efforts de marketing).

4. Renseignements demandés

- a) Recommander une méthodologie de segmentation ou une approche de ciblage en ligne (ou les deux) afin de définir les caractéristiques des voyageurs qui les distinguent de manière unique dans leur décision de privilégier une destination et d'en faire l'expérience. La méthodologie recommandée servira à définir les profils les plus susceptibles de voyager au Canada.
- b) Fournir des explications et des justifications à l'appui de la méthodologie recommandée (p. ex. indiquer les données précises qui pourraient être utilisées pour valider l'hypothèse avancée).
- c) Montrer clairement comment l'approche de segmentation proposée conduirait à des activations de marketing et à du ciblage médiatique.
- d) Dresser la liste des pays dans lesquels vous avez la capacité d'effectuer des activations de marketing.
- e) Fournir des détails sur vos capacités à interpellier les segments cibles (p. ex. ciblage individuel, RTA ou ZIP+4, etc.).
- f) Préciser les possibilités de ciblage sans témoins qu'offre l'approche recommandée.
- g) Indiquer les possibilités de collecte continue de données sur les segments cibles (p. ex. cheminement vers l'achat, recherche, mobilité, consommation médiatique, renseignements détaillés, etc.).
- h) Indiquer si la méthodologie de segmentation proposée ou l'approche d'activation de la segmentation proposée (ou les deux) est la propriété exclusive de votre organisation.
- i) Fournir une première estimation des coûts et du temps requis pour mettre en œuvre la segmentation proposée et la rendre exploitable par le biais du ciblage médiatique.
- j) Présenter vos pratiques en matière de respect de la vie privée et de protection des données, la liste des pays où les données sont stockées ainsi que vos politiques ou lignes directrices relatives à la prévention de la fraude.
- k) Si vous estimez que des éléments supplémentaires que nous n'avons pas mentionnés ci-dessus pourraient être utiles à ce projet, veuillez les indiquer dans votre réponse.

5. Instructions pour les soumissions

Les fournisseurs intéressés doivent envoyer les renseignements demandés et le formulaire de soumission signé au plus tard le **19 mai 2022**, à l'adresse courriel indiquée, à l'attention de la personne-ressource suivante :

Jennie Wong, coordonnatrice de l'approvisionnement
procurement@destinationcanada.com

Les soumissions doivent être en format PDF et ne pas dépasser cinq pages (dans la mesure du possible). La ligne d'objet du courriel doit indiquer le titre et le numéro de la présente demande de renseignements (voir la page de couverture du présent document). Les envois électroniques ne doivent pas dépasser vingt mégaoctets, signature de courriel comprise. Au besoin, les

fournisseurs intéressés doivent diviser leur réponse en fichiers numérotés de taille appropriée (moins de 20 Mo). Dans leur message, les fournisseurs intéressés doivent fournir une description de chacune des pièces jointes et indiquer le nombre de courriels qu'ils envoient.

Les fournisseurs intéressés doivent signer et remplir le formulaire de soumission (annexe A) afin d'indiquer qu'ils reconnaissent, entre autres, que les soumissions envoyées à la suite de la présente demande de renseignements ne créent ni lien ni obligation juridique relativement à l'approvisionnement en biens ou en services.

Pour toute question sur la présente demande de renseignements, les fournisseurs intéressés doivent s'adresser à la personne-ressource nommée ci-dessus.

ANNEXE A – FORMULAIRE DE SOUMISSION

1. Renseignements sur le fournisseur

Veuillez remplir le présent formulaire et nommer une personne-ressource chargée de répondre aux questions et d'assurer la communication durant le processus de demande de renseignements.	
Dénomination sociale complète :	
Autres noms sous lesquels l'entreprise exerce ses activités :	
Adresse municipale :	
Ville et province ou État :	
Code postal :	
Numéro de téléphone :	
Numéro de télécopieur :	
Site Web de l'entreprise (le cas échéant) :	
Nom et poste de la personne-ressource :	
Numéro de téléphone de la personne-ressource :	
Numéro de télécopieur de la personne-ressource :	
Adresse courriel de la personne-ressource :	

2. Mandat

En répondant à la présente demande de renseignements, le fournisseur intéressé accepte les stipulations suivantes.

a. La demande de renseignements n'est pas un processus d'appel d'offres officiel

La présente demande de renseignements est publiée aux fins de collecte de renseignements et n'a pas pour but de créer un processus d'appel d'offres officiel et juridiquement contraignant qui donnerait lieu à un « contrat A ». Sans restreindre la portée générale de ce qui précède, la présente demande de renseignements n'entraînera pas nécessairement de négociations subséquentes, l'attribution directe d'un contrat ou un appel d'offres ouvert ou sur invitation, et ne constitue pas un engagement de la CCT à se procurer des biens ou des services.

b. La demande de renseignements ne limite pas les droits antérieurs de la CCT

La présente demande de renseignements ne limite aucun des droits antérieurs de la CCT. Sans restreindre la portée générale de ce qui précède, la CCT se réserve expressément le droit, à sa discrétion :

- (i) de demander des renseignements supplémentaires aux fournisseurs potentiels, y compris à des fournisseurs qui n'ont pas répondu à la présente demande de renseignements ou d'engager une discussion avec eux;
- (ii) d'engager des négociations directes portant sur l'approvisionnement en biens ou en services avec des fournisseurs potentiels, qu'ils aient répondu ou non à la présente demande de renseignements;
- (iii) de communiquer avec un nombre restreint de fournisseurs potentiels, qui peuvent être limités à ceux qui ont répondu à la présente demande de renseignements ou inclure des fournisseurs potentiels qui n'y ont pas répondu, aux fins d'un processus d'appel d'offres pour l'approvisionnement en biens ou en services;
- (iv) de choisir de procéder par voie d'appel d'offres ouvert, dans le cadre duquel tous les fournisseurs potentiels, qu'ils aient répondu ou non à la présente demande de renseignements, peuvent concourir pour l'attribution d'un contrat d'approvisionnement en biens ou en services;
- (v) de choisir de ne pas se procurer les biens ou les services visés par la présente demande de renseignements.

Ces droits expressément réservés s'ajoutent à tous les autres droits de la CCT qui existaient avant la publication de la présente demande de renseignements.

c. Les tarifs indiqués sont à titre indicatif seulement

Les tarifs fournis par les fournisseurs intéressés sont à titre indicatif seulement et ne les lient pas. Les engagements juridiquement contraignants en matière de tarifs et d'achats seront établis dans les modalités d'un processus d'appel d'offres subséquent ou à la signature d'un accord écrit.

d. L'information indiquée dans la présente demande de renseignements est estimative

La CCT et ses conseillers ne font aucune déclaration et ne fournissent aucune garantie relativement à l'exactitude de l'information contenue dans la présente demande de renseignements ou communiquée par addenda. Toute quantité indiquée ou donnée contenue dans la présente demande de renseignements ou communiquée par addenda est une estimation fournie à titre indicatif.

e. Les parties sont responsables de leurs frais respectifs

La CCT n'est pas responsable des dépenses engagées par les fournisseurs intéressés, y compris les dépenses liées à la préparation des propositions liées à cette demande de renseignements. Les parties sont responsables de leurs frais respectifs dans le cadre du présent processus de demande de renseignements, y compris tous les frais liés i) à la préparation et à la publication de la présente demande de renseignements; ii) à la préparation et au dépôt d'une soumission; iii) à toute autre activité liée au présent processus de demande de renseignements.

f. Exactitude des soumissions

Les fournisseurs intéressés attestent que les renseignements qu'ils fournissent sont, à leur connaissance, complets et exacts.

g. Les soumissions ne seront pas rendues

À moins d'indication contraire dans la présente demande de renseignements ou de demande expresse à cet effet, les soumissions et les documents à l'appui ne seront pas rendus aux fournisseurs.

h. Renseignements confidentiels de la CCT

Tous les renseignements fournis par la CCT ou obtenus de celle-ci sous quelque forme que ce soit dans le cadre de la présente demande de renseignements, avant ou après la publication de celle-ci, i) sont la propriété exclusive de la CCT et doivent être traités comme des renseignements confidentiels; ii) ne doivent pas être utilisés à d'autres fins que pour répondre à la présente demande de renseignements; iii) ne doivent pas être divulgués sans autorisation écrite préalable de la CCT; iv) doivent être rendus à la CCT dès qu'elle en fait la demande.

Les fournisseurs intéressés ne peuvent à aucun moment communiquer directement ou indirectement avec les médias pour parler de la présente demande de renseignements sans autorisation écrite préalable de la CCT.

i. Renseignements confidentiels des fournisseurs intéressés

Comme la CCT est régie par la *Loi sur l'accès à l'information* et la *Loi sur la protection des renseignements personnels*, les renseignements qui lui sont fournis en réponse à la présente demande de renseignements pourraient être divulgués. Les fournisseurs ne doivent pas inclure de renseignements exclusifs ou confidentiels dans leur proposition. Par la présente, les fournisseurs intéressés reconnaissent que tous les renseignements fournis dans leur proposition, y compris ceux qui sont fournis à titre confidentiel, peuvent être divulgués par la CCT. Si nécessaire, les propositions des fournisseurs peuvent être divulguées de manière confidentielle à des conseillers engagés par la CCT pour la conseiller ou l'aider durant le processus de demande de renseignements, notamment aux fins d'examen. La CCT peut également rendre public le nom de tous les fournisseurs ayant envoyé une proposition.

j. Droit applicable

Le processus de demande de renseignements est régi par les lois de la province de la Colombie-Britannique et les lois du Canada qui s'appliquent et sera interprété conformément à ces lois.

Signature du témoin

Signature du représentant du fournisseur

Nom du témoin

Nom du représentant du fournisseur

Poste du représentant du fournisseur

Date