

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

No	RFP/AdO Section	Supplier/ Fournisseur Question	TFC Response / Réponse
1	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Current Challenges</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Défis actuels</p>	<p>For the LinkedIn Promotional strategy (for Partner of Choice, Employer of Choice and Industry leadership), we’re wondering if strategy and editorial work done to date with the external supplier (but not yet completed) should be assumed to be kept as-is without modification or if there is a desire for this work to be taken into account and re-strategized (or executed) by the winning agency for this RFP?</p> <hr/> <p>Pour la stratégie promotionnelle de LinkedIn (pour le Partenaire de choix, l'Employeur de choix et le leadership de l'industrie), nous nous demandons si la stratégie et le travail éditorial effectués à ce jour avec le fournisseur externe (mais pas encore terminés) devraient être considérés comme étant conservés tels quels sans modification ou s'il y a un désir pour que ce travail soit pris en compte et re-stratégisé (ou exécuté) par l'agence gagnante pour cette demande de propositions ?</p>	<p>There is a desire for this work to be taken into account and re-strategized (or executed).</p> <hr/> <p>Il y a un désir que ce travail soit pris en compte et re-stratégisé (ou exécuté).</p>
2	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Current Challenges</p>	<p>It is noted that Telefilm cannot use films’ content unless there is direct permission from distributors. Can we get more information about what the process to get permissions is and how difficult this is? (i.e., is this a barrier and should be avoided entirely?)</p>	<p>There is a formal process to use films content. For example, we send an email to the distributors, producers, or sales agents to obtain an EPK (“Electronic Press Kit”). However, most sales or distributor agents are happy to share the permissions with us at the beginning of the reach-out process.</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Défis actuels</p>	<p>Il est indiqué que Téléfilm Canada ne peut pas utiliser le contenu des films sans la permission directe des distributeurs. Pouvons-nous obtenir plus d'informations sur le processus d'obtention des autorisations et sur la difficulté de ce processus ? (i.e. s'agit-il d'un obstacle qui devrait être entièrement évité) ?</p>	<p>Il existe un processus formel pour utiliser le contenu des films. Par exemple, nous envoyons un courriel aux distributeurs, producteurs ou agents de vente pour obtenir un DPE ("Dossier de Presse Électronique"). Toutefois, la plupart des agents de vente ou de distribution sont heureux de partager les autorisations avec nous au début du processus</p>
3	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Portée et exigences relatives aux services</p>	<p>Are ongoing social listening and community management/engagement services required (beyond content creation, set-up and initial deployment/posting)?</p> <p>Des services permanents d'écoute sociale et de gestion/engagement de la communauté sont-ils nécessaires (au-delà de la création de contenu, de la mise en place et du déploiement/de la publication initiale) ?</p>	<p>No, this would only be for the campaigns we work on together.</p> <p>Non, ce serait seulement pour les campagnes sur lesquelles nous travaillons ensemble.</p>
4	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p>	<p>What are the key performance indicators that would signify “success” for Telefilm for your specified activities?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Talent Promotion - LinkedIn Promotion - General scope - <p>We have read “engagement” and “traffic” in various placements in the RFP document but are there any other objectives we might need to be</p>	<p>Because we are a non-for-profit company, our main goal is to elevate filmmakers and the film industry across Canada. As such, our KPI’s for a majority of our campaigns focus mainly on awareness and engagement.</p> <p>Talent Promotion –</p> <ul style="list-style-type: none"> • Main goal is to create awareness for these films with video views and post engagement

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Portée et exigences relatives aux services</p>	<p>aware of from a Marketing, Communications or Business standpoint?</p> <hr/> <p>Quels sont les indicateurs clés de performance qui signifieraient le "succès" de Téléfilm pour vos activités spécifiées :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Promotion des talents - Promotion de LinkedIn - Portée générale <p>Nous avons lu les mots "engagement" et "trafic" à plusieurs reprises dans le document de l'appel d'offres, mais y a-t-il d'autres objectifs que nous devrions connaître du point de vue du marketing, des communications ou des affaires ?</p>	<p>LinkedIn Promotion - Main goal is to create awareness, but we also want more variety of people to apply to jobs within the company. For this campaign, we have access to the analytics of our website, and will work with the HR team to set KPI baselines:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Website conversions • How many people have applied to jobs, compared to last year (with the involvement of our HR team) • Video views • Followers on LinkedIn <p>General Scope</p> <ul style="list-style-type: none"> • This would be more of a case-by-case basis. For example, if we are doing a campaign for the CSA's ("Canadian Screen Awards") or we're putting together a specific month playlist (Pride, AHM ("Asian Heritage Month") etc. <p><i>It would be depending on the campaign.</i></p> <hr/> <p>Comme nous sommes une entreprise sans but lucratif, notre objectif principal est d'élever les cinéastes et l'industrie cinématographique à travers le Canada. Pour cette raison, nos indicateurs clés de performance pour la majorité de nos campagnes se concentrent principalement sur la sensibilisation et l'engagement.</p> <p>Promotion des talents -</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'objectif principal est de faire connaître ces films par le visionnage de vidéos et l'engagement des internautes.
--	--	--	---

			<p>Promotion sur LinkedIn</p> <ul style="list-style-type: none"> • L'objectif principal est de sensibiliser le public, mais nous souhaitons également que des personnes plus variées postulent à des emplois au sein de l'entreprise. Pour cette campagne, nous avons accès aux données analytiques de notre site web et nous travaillerons avec l'équipe des RH pour définir les indicateurs clés de performance : <ul style="list-style-type: none"> - Conversions sur le site web - Combien de personnes ont postulé à des emplois, par rapport à l'année dernière (avec l'implication de notre équipe RH). - Visionnage de vidéos - Suiveurs sur LinkedIn <p>Portée générale</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il s'agirait plutôt d'une approche au cas par cas. Par exemple, si nous faisons une campagne pour les CSA ("Canadian Screen Awards") ou si nous mettons en place une playlist pour un mois spécifique (Pride, AHM ("Asian Heritage Month"), etc. <p>Cela dépend de la campagne.</p>
5	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.7. Telefilm involvement, deliverables</p>	<p>Regarding talent promotion, we're wondering what access/resources Telefilm has directly with the talent we are promoting? Will Telefilm be able to recruit/outreach and connect the agency with talent directly? Or is there an expectation for those relationships and approvals to be carried out by the agency?</p>	<p>We will be able to help with reach out.</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.7. Connaissances spécifiques et savoir-faire technique</p>	<p>En ce qui concerne la promotion des talents, nous nous demandons quels accès/ressources Téléfilm a directement avec les talents dont nous faisons la promotion ? Est-ce que Téléfilm sera en mesure de recruter et de mettre en relation l'agence avec les talents directement ? Ou bien s'attend-on à ce que ces relations et approbations soient effectuées par l'agence?</p>	<p>Nous serons en mesure de vous aider.</p>
6	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <p>Section 5.5.1. Pricing mechanism</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Portée et exigences relatives aux services</p> <p>Section 5.5.1. Mécanisme d'établissement des prix</p>	<p>Can we get clarification if hard costs to partner/collaborate with creators/influencers to promote/share content should be included in this proposal?</p> <hr/> <p>Pouvons-nous obtenir des éclaircissements sur la question de savoir si les frais de partenariat/collaboration avec des créateurs/influenceurs pour promouvoir/partager du contenu doivent être inclus dans cette proposition ?</p>	<p>The expectation is that the agency includes in their scope of services the strategy for potential influencers, however the media buy costs should not be included in your proposal as these costs vary significantly.</p> <p>Influencer costs should be scoped out, in terms of costs only.</p> <hr/> <p>On s'attend à ce que l'agence inclue dans son offre de services la stratégie pour les influenceurs potentiels, mais les coûts média ne doivent pas être inclus dans votre proposition car ils varient considérablement.</p> <p>Les coûts liés aux influenceurs doivent être évalués uniquement en termes de coûts.</p>
7	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <p>Section 5.5.1. Pricing mechanism</p>	<p>For clarification, there are mentions of videos (e.g.15 video featurettes, 5 employee videos, etc.) are these already produced/in-production and are available as assets to be deployed on social platforms? Or is the intention for the winner of this RFP to create and produce these assets? Are there currently scripts/templates or</p>	<p>We are still at the pre-production stage of the LinkedIn featurettes. We have a list of people, some examples that we like, questions that are all confirmed and an image request form for the employees to sign.</p>

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Portée et exigences relatives aux services</p> <p>Section 5.5.1. Mécanisme d'établissement des prix</p>	<p>creative that have already been approved for these videos?</p> <p>If yes, should these production hard costs be included in the overall pricing (Section 5.5.1.)</p> <p>Also, if yes, can we get access to any "behind the scenes" footage from these video shoots?</p> <hr/> <p>Pour plus de clarté, il est fait mention de vidéos (par exemple, 15 reportages vidéo, 5 vidéos d'employés, etc.). Ces vidéos sont-elles déjà produites ou en cours de production et sont-elles disponibles en tant qu'actifs à déployer sur les plateformes sociales ?) sont-elles déjà produites ou en cours de production et sont-elles disponibles en tant que ressources à déployer sur les plateformes sociales ? Ou le gagnant de cette demande de propositions a-t-il l'intention de créer et de produire ces ressources ?</p> <p>Existe-t-il actuellement des scripts/modèles ou des créations qui ont déjà été approuvés pour ces vidéos ?</p> <p>Si oui, ces coûts de production doivent-ils être inclus dans le prix global (section 5.5.1.) ?</p> <p>Dans l'affirmative, pouvons-nous avoir accès aux séquences tournées dans les coulisses de ces vidéos ?</p>	<p>Yes, production hard costs to be included in your pricing proposal.</p> <p>If footage is available, they can be provided to the winning agency.</p> <hr/> <p>Nous en sommes encore au stade de la pré-production des featurettes sur LinkedIn. Nous avons une liste de personnes, des exemples qui nous plaisent, des questions qui sont toutes confirmées et un formulaire de demande d'images à faire signer par les employés.</p> <p>Oui, les coûts de production doivent être inclus dans votre proposition de prix.</p> <p>Si des séquences sont disponibles, elles peuvent être fournies à l'agence gagnante.</p>
--	---	---	--

<p>8</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. Financial statements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. États financiers</p>	<p>Can we get more information about how financial statements will be judged? 2020/COVID had a lasting effect, and our small agency is still recovering.</p> <hr/> <p>Pouvons-nous obtenir plus d'informations sur la façon dont les états financiers seront jugés ? 2020/COVID a eu un impact durable, et notre petite agence s'en remet toujours.</p>	<p>We understand completely the effects that the pandemic has had on many businesses, and in particular our audio-visual industry; we were the administrators for the COVID-19 EMERGENCY RELIEF FUNDS, as well as the SHORT-TERM COMPENSATION FUNDS PROGRAM. As a crown corporation and a trusted administrator of public funds, we hope you can understand our requirement to assess the bidding agencies long-term viability in this regard, which will help us establish a comfortable long-term partnership with you for the duration of the contract terms of 3 years.</p> <p>That is the reason why we have agreed to allot a score of 5 out of 100 in our overall assessment of your proposal, taking into consideration also your response to Section 5.2 Company profile and your Key numbers.</p> <hr/> <p>Nous comprenons parfaitement les effets que la pandémie a eus sur de nombreuses entreprises, et en particulier sur notre industrie audiovisuelle ; nous étions les administrateurs des FONDS DE RELANCE D'URGENCE COVID-19, ainsi que du PROGRAMME DE FONDS D'INDEMNISATION À COURT TERME. En tant que société d'État et administrateur de confiance des fonds publics, nous espérons que vous pouvez comprendre notre exigence d'évaluer la viabilité à long terme des agences soumissionnaires à cet égard, ce qui nous aidera à établir un partenariat confortable à long terme avec vous pour la durée du contrat de 3 ans.</p>
-----------------	---	--	--

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

			C'est la raison pour laquelle nous avons accepté d'attribuer une note de 5 sur 100 dans notre évaluation globale de votre proposition, en tenant compte également de votre réponse à la section 5.2 Profil de l'entreprise et de vos chiffres clés.
9	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.1. Similar Communications Video Campaign activities</p> <p>Section 5.3.2. Specific skills and technical know-how</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.1. Autres services de campagne de communication vidéo semblables</p> <p>Section 5.3.2. Connaissances spécifiques et savoir-faire technique</p>	<p>Can we use our own self-promotional/brand work as a case study?</p> <hr/> <p>Pouvons-nous utiliser notre propre travail d'auto-promotion/de marque comme étude de cas ?</p>	<p>Yes you can.</p> <hr/> <p>Oui, vous pouvez.</p>
10	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.1. Similar Communications Video Campaign activities</p>	<p>We noticed this section is written with a tight focus on Video-related activities, is there any flexibility to show more holistic Social Media campaign activities (beyond video) for the platforms mentioned throughout the proposal: Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube?</p>	<p>Yes, we are open to new strategies on social media, specifically for our Talent Promotion (events), General Scope and LinkedIn campaign.</p>

	<p>Section 5.3.2. Specific skills and technical know-how</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.1. Autres services de campagne de communication vidéo semblables</p> <p>Section 5.3.2. Connaissances spécifiques et savoir-faire technique</p>	<p>Nous avons remarqué que cette section est rédigée en mettant l'accent sur les activités liées à la vidéo. Y a-t-il une marge de manœuvre pour présenter des activités de campagne de médias sociaux plus holistiques (au-delà de la vidéo) pour les plateformes mentionnées dans la proposition : Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube ?</p>	<p>Oui, nous sommes ouverts à de nouvelles stratégies sur les médias sociaux, en particulier pour notre promotion des talents (événements), notre portée générale et notre campagne LinkedIn.</p>
<p>11</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.6. Diversity & Inclusion</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.6. Diversité et inclusion</p>	<p>What is Telefilm’s specific Marketing Communications diversity and inclusion goals for the period of this contract?</p> <hr/> <p>Quels sont les objectifs spécifiques de Téléfilm en matière de diversité et d'inclusion pour la période de ce contrat ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Increase diversity representation in digital talent campaign ● Eliminate accessibility barriers on our social media platforms. ● Add burned in subtitles to our videos, with accompanying transcripts. Use alt text and ID text for our images. ● For website (specifically for careers/LinkedIn campaign): Work alongside legal and key team-stakeholders to ensure that the information is factual, comprehensible and necessary for decision-making. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ● Augmenter la représentation de la diversité dans la campagne sur les talents numériques; ● Éliminer les obstacles à l'accessibilité sur nos plateformes de médias sociaux; ● Ajouter des sous-titres gravés dans nos vidéos, avec des transcriptions d'accompagnement. Utiliser un

			<p>texte alternatif et un texte d'identification pour nos images;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pour le site web (spécifiquement pour les carrières/campagne LinkedIn) : Travailler avec les services juridiques et les principales parties prenantes de l'équipe pour s'assurer que les informations sont factuelles, compréhensibles et nécessaires à la prise de décision
12	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.4. Subcontractors</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.4. Sous-traitants</p>	<p>Is it mandatory to disclose all subcontractors for the entire duration of the project at this point? Or can we list only those we are certain of and have flexibility to engage subcontractors in the future, if needed.</p> <hr/> <p>Est-il obligatoire de divulguer tous les sous-traitants pour toute la durée du projet à ce stade ? Ou pouvons-nous énumérer seulement ceux dont nous sommes certains et avoir la flexibilité d'engager des sous-traitants à l'avenir, si nécessaire.</p>	<p>Yes, please also mention any networks you intend on using to the best of your knowledge, in your response to this section.</p> <hr/> <p>Oui, veuillez également mentionner les réseaux que vous avez l'intention d'utiliser au mieux de vos connaissances, dans votre réponse à cette section.</p>
13	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5.1. Pricing mechanism</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5.1. Mécanisme d'établissement des prix</p>	<p>Would like to clarify if media hard costs should be included in the total annual pricing? (e.g., Budget to boost social posts or serve Social Media Advertising)</p> <hr/> <p>Souhaitez-vous clarifier si les coûts des médias durs doivent être inclus dans le prix total annuel ? (par exemple, le budget pour booster les posts sociaux ou servir la publicité sur les médias sociaux)</p>	<p>Yes, please include hard costs into your total annual pricing, but itemized separately from your agency fees. For any media buys, please only include your management fees rather than the budget for media buys.</p> <hr/> <p>Oui, veuillez inclure les coûts fixes dans votre prix annuel total, mais séparément des honoraires de votre agence. Pour tout achat de médias, veuillez inclure uniquement vos frais de gestion plutôt que le budget pour les achats de médias.</p>

<p>14</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5.1. Pricing mechanism</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5.1. Mécanisme d'établissement des prix</p>	<p>To confirm, should our proposal cost cover the time period of 1-year of support/services (annual duration) (noted the contract is for 3 years in duration, so want to be sure)?</p> <p>Is there an expectation that the costs each year will remain the same, year over year? So the pricing is "fixed" for 3 years?</p> <hr/> <p>Pour confirmer, le coût de notre proposition doit-il couvrir la période d'un an de soutien/services (durée annuelle) (le contrat est d'une durée de trois ans, je veux donc être sûr) ?</p> <p>Peut-on s'attendre à ce que les coûts annuels restent les mêmes, d'une année sur l'autre ? Le prix est donc "fixe" pendant 3 ans ?</p>	<p>Please build into your proposal any escalation costs for Year 2 and Year 3; but yes, the mandate is for a fixed annual cost, per year, for 3 years.</p> <hr/> <p>Veuillez intégrer dans votre proposition les coûts d'escalade pour les années 2 et 3 ; mais oui, le mandat prévoit un coût annuel fixe, par an, pendant 3 ans.</p>
<p>15</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5.1. Pricing mechanism</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p>	<p>Is there a specified budget range or maximum budget figure this contract must fit within that Telefilm has for this RFP?</p>	<p>Budgets have changed significantly due to the pandemic and as such, we anticipate this exercise to reflect the most accurate budget for our requirements, given the environment we are in today. We have decided not to disclose our budget for this process as it would not be a good indicator for you to measure your proposal on.</p> <p>Nonetheless, it is important that you are able to budget (est. hours x \$ rate), per activity, and in particular listing the services included from your agency in your estimates (i.e., Per video, \$1,000 (10 hours x \$100), includes Services A ... Z). It will better help us compare your proposal with others for a fair assessment in terms of costs.</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	Section 5.5 Modalités financières	Y a-t-il une fourchette budgétaire spécifique ou un chiffre budgétaire maximal dans lequel ce contrat doit s'inscrire que Téléfilm a prévu pour cette demande de propositions ?	<p>Les budgets ont considérablement changé en raison de la pandémie et, par conséquent, nous prévoyons que cet exercice reflétera le budget le plus précis pour nos besoins compte tenu de l'environnement dans lequel nous sommes aujourd'hui. Nous avons donc décidé de ne pas divulguer notre budget pour ce processus, car il ne serait pas une bonne indication pour mesurer votre proposition.</p> <p>Néanmoins, il est important que vous soyez en mesure d'établir un budget (nombre d'heures x taux \$), par activité, et en particulier d'énumérer les services inclus par votre agence dans vos estimations (c'est-à-dire, Par vidéo, 1 000 \$ (10 heures x 100 \$), inclut les services A ... Z). Cela nous aidera à mieux comparer votre proposition avec d'autres pour une évaluation équitable en termes de coûts.</p>
16	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5.1. Pricing mechanism</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.5 Modalités financières</p>	<p>Can we get clarification if production costs to shoot/create original video content should be included in this proposal?</p> <hr/> <p>Pouvons-nous obtenir une clarification si les coûts de production pour le tournage/création de contenu vidéo original doivent être inclus dans cette proposition ?</p>	<p>Yes, please include production costs in your proposal.</p> <hr/> <p>Oui, veuillez inclure les coûts de production dans votre proposition.</p>
17	EN Procurement RFP Videos 2022_Final	What do you mean by business continuity plan?	A very high-level plan which details how your company's operations will continue after an unforeseen service disruption. When carried out effectively, the plan enables

	<p>Section 5.2.6. Business continuity</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.6. Continuité des activités</p>		<p>an organization to respond swiftly and efficiently when unpredictable events occur.</p> <hr/> <p>Un plan de très haut niveau qui détaille la manière dont les opérations de votre entreprise se poursuivront après une interruption de service imprévue. Lorsqu'il est exécuté efficacement, le plan permet à une organisation de réagir rapidement et efficacement lorsque des événements imprévisibles se produisent.</p>
18	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.1. Similar Communications Video Campaign activities</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.3.1. Autres services de campagne de communication vidéo semblables</p>	<p>If we work with a subcontractor, is it possible to put one of their projects forward in the requested campaign examples?</p> <hr/> <p>Dans la mesure où nous travaillerions avec un sous-traitant, est-ce possible de mettre l'une de ses réalisations de l'avant dans les exemples demandés de campagnes?</p>	<p>Yes, please make sure you specify the name of the Subcontractor and in what capacity was the work completed by them.</p> <hr/> <p>Oui, assurez-vous de préciser le nom du sous-traitant et en quelle qualité il a effectué les travaux.</p>
19	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Current Challenges</p>	<p>Thank you for being transparent about your current challenges. What are the team's three biggest lay-awakes as you think about the year ahead?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Post-Covid and the impacts on the Audio-visual industry; 2. Current Economic conditions; 3. Language: Common ideas expressed in both the FR and EN communities.

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Défis actuels</p>	<p>Merci d'être transparent sur vos défis actuels. Quels sont les trois plus grands-réveils de l'équipe lorsque vous pensez à l'année à venir ?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. L'après-Covid et les impacts sur l'industrie audiovisuelle ; 2. Les conditions économiques actuelles ; 3. La langue : Idées communes exprimées dans les communautés FR et AN.
20	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Current Challenges</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Défis actuels</p>	<p>Conversely, what is the team most excited about looking forward into the next 2-3 years?</p> <hr/> <p>À l'inverse, qu'est-ce qui enthousiasme le plus l'équipe pour les 2-3 prochaines années?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Eco Responsibility Action Plan; 2. Telefilm appointing a new CEO / Director General; 3. The return of in-person events; <hr/> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan d'action d'éco-responsabilité; 2. Téléfilm nomme un nouveau CEO / directeur (e) général (e) ; 3. Le retour des événements en personne ;
21	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Current Challenges</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1.1. Défis actuels</p>	<p>Do you currently conduct any employee / partner sentiment research?</p> <hr/> <p>Effectuez-vous actuellement des recherches sur le sentiment des employés/partenaires?</p>	<p>No research is conducted for employees, but we do for high-level consumer research.</p> <hr/> <p>Aucune recherche n'est menée pour les employés, mais nous le faisons pour les recherches de haut niveau sur les consommateurs.</p>
22	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2. Future Situation</p>	<p>What are the top three traits you value in an agency partner of choice?</p>	<p>We value most the traits identified in our Corporate Strategic Plan posted on our website, as well as in the RFP Section 2.1.2. Background Information, Today</p>

	<hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2. Situation future</p>	<hr/> <p>Quelles sont les trois principales caractéristiques que vous appréciez chez une agence partenaire de choix ?</p>	<hr/> <p>Nous accordons la plus grande importance aux caractéristiques identifiées dans notre plan stratégique d'entreprise publié sur notre siteweb, ainsi que dans la section 2.1.2 de la demande de propositions. Informations générales, aujourd'hui.</p>
<p>23</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p>	<p>There is a desire to see how Telefilm’s current campaigns can be consolidated. Where does the team feel there are redundancies or loose ends? How have you measured each campaign’s effectiveness?</p>	<p>A lot of our campaigns feed into each other. For example, we could have a talent featurette (a deliverable for the Talent Promotion scope) created for a film festival (General Scope). We’re open to using assets or opportunities from one campaign to highlight another.</p> <p>That being said, the overall goal remains to benefit the industry in our campaigns. We’d like to keep the focus on moments for the industry, rather than moments for Telefilm Canada (except for the LinkedIn campaign).</p> <p>Please refer to question 4 for measuring campaigns.</p>
	<hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Portée et exigences relatives aux services</p>	<hr/> <p>Il y a un désir de voir comment les campagnes actuelles de Téléfilm peuvent être consolidées. Où l'équipe estime-t-elle qu'il y a des redondances ou des lacunes ? Comment avez-vous mesuré l'efficacité de chaque campagne ?</p>	<hr/> <p>Un grand nombre de nos campagnes se renforcent mutuellement. Par exemple, nous pourrions avoir un featurette sur les talents (un produit livrable pour la promotion des talents) créé pour un festival du film (portée générale). Nous sommes ouverts à l'utilisation d'actifs ou d'opportunités d'une campagne pour mettre en valeur une autre.</p>

			<p>Toutefois, l'objectif général de nos campagnes reste de profiter à l'industrie. Nous aimerions continuer à mettre l'accent sur les moments pour l'industrie, plutôt que sur les moments pour Téléfilm Canada (sauf pour la campagne LinkedIn).</p> <p>Veillez vous référer à la question 4 pour mesurer les campagnes.</p>
24	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Portée et exigences relatives aux services</p>	<p>Related to talent promotion and specifically the 15 video featurettes and the 15 national film festival addresses or panels – can you please elaborate on your expectations for those deliverables and what you anticipate for the balance of editing existing content versus capturing new content?</p> <hr/> <p>En ce qui concerne la promotion des talents, et plus particulièrement les 15 reportages vidéo et les 15 discours ou panels lors des festivals de films nationaux, pouvez-vous nous dire ce que vous attendez de ces produits et ce que vous prévoyez pour l'équilibre entre le montage du contenu existant et la capture de nouveau contenu?</p>	<p>Examples of festival addresses and panels - Exemples d'interventions et de panels lors de festivals :</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://youtu.be/O3QZNvoxSx0 • https://youtu.be/xGG6AO9u9SU • https://youtu.be/YjW961T-Cdw
25	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. Financial statements</p>	<p>Can we (and if so how) send you our financial statements so that our CFO sends them directly to you (and not via the submission document)?</p>	<p>Yes, of course! We can absolutely accommodate this request in either 2 options:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. We can sign a Non-Disclosure Agreement (NDA) for this purpose; Following a fully executed agreement, you can send a secured access (with a

			<p>password) directly to our VP of Finance, or send paper copies by mail;</p> <p>Or</p> <ol style="list-style-type: none"> You can send directly the financial statements using a secured access (with a password) to our VP of Finance, or send paper copies by mail; <p>Email address or mailing address can be sent to you upon request directly to offre.bid@telefilm.ca on which option is most suitable for you, if any.</p>
	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. États financiers</p>	<p>Peut-on (et si oui comment) vous faire parvenir nos états financiers de façon à ce que ce soit notre CFO directement qui vous les fasse parvenir (et non via le document de soumission) ?</p>	<p>Oui, bien sûr ! Nous pouvons tout à fait répondre à cette demande selon deux options :</p> <ol style="list-style-type: none"> Nous pouvons signer un accord de non-divulgence (NDA) à cette fin ; Après avoir signé l'accord, vous pouvez envoyer un accès sécurisé (avec un mot de passe) directement à notre vice-président des finances, ou envoyer des copies papier par courrier ; <p>Où;</p> <ol style="list-style-type: none"> Vous pouvez envoyer directement les états financiers en utilisant un accès sécurisé (avec un mot de passe) à notre VP des finances, ou envoyer des copies papier par courrier ; <p>L'adresse électronique ou l'adresse postale peuvent vous être envoyées sur demande directement à l'adresse</p>

			offre.bid@telefilm.ca pour déterminer l'option qui vous convient le mieux, le cas échéant.
26	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. Financial statements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. États financiers</p>	<p>When you ask for the 3-year business plan, is the current year's budget plus revenue projections for the next 2 years sufficient?</p> <hr/> <p>Quand vous demandez le plan d'affaires sur 3 ans, est-ce que le budget de l'année en cours en plus des projections de revenus pour les 2 suivantes suffisent?</p>	<p>Please also include in your 3-year plan not only projections of revenue targets but your goals and strategies to achieve them, at a very high-level.</p> <hr/> <p>Veuillez également inclure dans votre plan triennal non seulement les projections des objectifs de revenus, mais aussi vos objectifs et stratégies pour les atteindre, à un niveau très élevé.</p>
27	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements – Major Dates</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>The Timeline mentions important dates in Q3 and Q4: are we talking about 2022, as we are already in October? If not, aren't the quarters according to the calendar year?</p> <hr/> <p>L'Échéancier mentionne des dates importantes en T3 et T4 : parle-t-on de 2022, comme nous sommes déjà en octobre ? Sinon est-ce que les trimestres ne sont pas selon l'année calendrier ?</p>	<p>Telefilm's fiscal year is between April 1st, 2022 – March 31st, 2023 (2022-2023)</p> <p>Back to Cinema Campaign: Q3-Q4 2022 (October – December 2022)</p> <p>Black History Month: Q4 (February 2023)</p> <p>Canadian Screen Week (Awards): Q4 (April or May 2023)</p> <hr/> <p>L'année fiscale de Téléfilm se situe entre le 1er avril 2022 et le 31 mars 2023 (2022-2023).</p> <p>Campagne "Retour au cinéma": Q3-Q4 2022 (octobre - décembre 2022)</p> <p>Mois de l'histoire des Noirs : Q4 (février 2023)</p>

			Semaine des écrans canadiens (prix) : T4 (avril ou mai 2023)
28	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>How do the 2 campaigns covered by this RFP relate to the campaigns mentioned in the timeline in section 4.2.3?</p> <hr/> <p>Quel lien doit-on faire entre les 2 campagnes visées par le présent appel d'offres et les campagnes mentionnées à l'échéancier section 4.2.3 ?</p>	<p>These campaigns would fall under the General Scope</p> <hr/> <p>Ces campagnes relèveraient du Portée générale.</p>
29	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <hr/>	<p>When you mention "Develop and manage TFC's paid campaign", are you confirming that the mandate of this RFP includes media strategy, planning and execution? If so, have the target audiences and a media budget been identified for each campaign?</p> <hr/>	<p>Yes, this includes media strategy, planning and execution. We are not referring to a full television/radio media buy, just about paid social media campaigns.</p> <p>The target audiences have been identified but we are open to suggestions for expansion. Media budgets have not yet been identified.</p> <p>Please ensure that media hard costs are not included in your total annual pricing - they would be considered as an additional cost.</p> <hr/>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>Quand vous mentionnez « Mettre sur pied et dirigez la campagne payante de TFC », est-ce vous confirmez que le mandat visé par le présent appel d’offres inclut les volets de stratégie, planification et exécution média ? Si oui, les audiences visées et un budget média ont été identifié, selon chaque campagne ?</p>	<p>Oui, cela inclut la stratégie, la planification et l'exécution des médias. Il ne s'agit pas d'un achat média complet à la télévision ou à la radio, mais de campagnes de médias sociaux payants.</p> <p>Les budgets médias n'ont pas encore été identifiés Les publics cibles ont été identifiés mais nous sommes ouverts aux suggestions d'élargissement. Les budgets médias n'ont pas encore été identifiés.</p> <p>Veuillez vous assurer que les coûts matériels des médias ne sont pas inclus dans votre prix annuel total - ils seraient considérés comme un coût supplémentaire.</p>
<p>30</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>In "Directing the execution of videos throughout the pre-production, production, post-production and delivery stages" are we talking about production management only or does it include the idea, design and direction components? Or should we simply rely on a re-editing of existing video content at TFC?</p> <hr/> <p>Dans « Diriger l’exécution des vidéos tout au long des étapes de la préproduction, de la production, de la postproduction et de la livraison » est-ce qu'on parle bien de gestion de la production seulement ou est-ce que ça inclut les volets d'idéation, conception et réalisation ? Ou doit on s’en remettre simplement à une ré-édition des contenus vidéos existants chez TFC?</p>	<p>Production management and the components of ideation, design and realization.</p> <hr/> <p>Gestion de la production et les volets d'idéation, conception et réalisation.</p>

<p>31</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>When you say "15 presentations or panels at national film festivals" are we talking about producing presentations (Powerpoint, Keynote, etc.) that will then be used by TFC at these events?</p> <hr/> <p>Quand vous dites « 15 présentations ou panels dans des festivals de films nationaux » on parle bien de produire des présentations (Powerpoint, Keynote, etc) qui seront utilisées ensuite par TFC lors de ces événements ?</p>	<p>More on the production and post-production side. We handle the content and speaking points for the presentations. Examples of panels and festival addresses we've done:</p> <ul style="list-style-type: none"> • https://youtu.be/O3QZNvoxSx0 • https://youtu.be/xGG6AO9u9SU • https://youtu.be/YjW961T-Cdw <hr/> <p>Plutôt du côté de la production et de la post-production. Nous nous occupons du contenu et des prises de parole pour les présentations.</p> <p>Exemples de panels que nous avons réalisés :</p> <p>https://youtu.be/O3QZNvoxSx0 https://youtu.be/xGG6AO9u9SU https://youtu.be/YjW961T-Cdw</p>
<p>32</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p>	<p>General scope: do the asset assessments, content improvement recommendations, timeline and deliverables, etc. refer to your annual "ongoing" social content or to the social content of the 2 campaigns included in this RFP?</p>	<p>It refers to the 3 campaigns included in this RFP.</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre	Portée générale: les évaluations des actifs, recommandations d'améliorations aux contenus, échéancier et livrables, etc. font référence à vos contenus sociaux annuels « en continu » ou aux contenus sociaux des 2 campagnes visées par le présent appel d'offres ?	Il s'agit des 3 campagnes incluses dans cet appel d'offres.
33	EN Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.2.3. Scope and Service Requirements FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre	General Scope: When you mention "Assist the Communications team in the creation and follow-up of content (upon request)" should we simply provide a bank of hours (renewable) in the budget assessment, as we do not know the volume of effort required? Portée Générale : Quand vous mentionnez « Seconder l'équipe des Communications dans la création et de suivi du contenu (sur demande) » doit on simplement fournir une banque d'heures (renouvelable) dans l'évaluation budgétaire, comme on ne connaît pas le volume des efforts nécessaires ?	We ask that you follow Section 5.5 Financials carefully. In a fixed fee mandate, you are to include the estimated hours and hourly rate, per activity, as well as a rate card for <u>out-of-scope services</u> . Nous vous demandons de suivre attentivement la section 5.5 Finances. Dans un mandat à honoraires fixes, vous devez inclure l'estimation des heures et le taux horaire, par activité, ainsi qu'une fiche tarifaire pour les services hors champ.
34	EN Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.2.3. Scope and Service Requirements	When you mention the following point in the deliverables for talent promotion, what do you mean by "15 presentations or panels at national film festivals," and what concrete actions will the agency take?	More on the production and post-production side. We handle the content and speaking points for the presentations. Examples of panels and festival addresses we've done: <ul style="list-style-type: none"> • https://youtu.be/O3QZNvoxSx0 • https://youtu.be/xGG6AO9u9SU • https://youtu.be/YjW961T-Cdw

	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>Quand vous mentionnez le point suivant dans les livrables pour la promotion des talents, que voulez-vous dire par “ 15 présentations ou panels dans des festivals de films nationaux “, et quelles actions concrètes devront être prises par l’agence?</p>	<p>Plutôt du côté de la production et de la post-production. Nous nous occupons du contenu et des prises de parole pour les présentations.</p> <p>Exemples de panels que nous avons réalisés :</p> <p>https://youtu.be/O3QZNvoxSx0 https://youtu.be/xGG6AO9u9SU https://youtu.be/YjW961T-Cdw</p>
35	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.3. Locations Covered</p>	<p>You ask to describe the agency's 'presence' in 4 main markets. How do you see a presence in 2 of the 4 markets described and do you think it is sufficient to travel the teams to cover the markets where we do not have a physical presence?</p>	<p>Please note there is an error in the RFP Document, <u>Section 5.4.3 Emplacements visés (Locations Covered) for the FR version only.</u> Section 5.4.3. Emplacements visés for the FR version should read similarly to <u>Section 5.4.3. Locations covered</u> in the EN version. The locations listed is only that of Telefilm’s national office locations: Toronto, Montreal, Halifax and Vancouver. “France” listed in <u>Section 5.4.3. Locations covered</u> is listed in error.</p> <p>This section is intended to evaluate your capabilities in serving Telefilm, across Canada, in the different markets. If you have worked or have contacts in this area.</p>
	<p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.3. Emplacements visés</p>	<p>Vous demandez de décrire la ‘présence’ de l’agence dans 4 marchés principaux. Comment voyez vous une présence dans 2 des 4 marchés décrits et pensez-vous suffisant de voyager les</p>	<p>Veillez noter qu'il y a une erreur dans le document de l'appel d'offres, <u>section 5.4.3 Emplacements visés pour la version FR uniquement.</u> La section 5.4.3. Emplacements visés pour la version FR devrait se lire de la même manière</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

		équipes pour couvrir les marchés où nous n'avons pas de présence physique?	<p>que la section 5.4.3. Locations Covered dans la version EN. Les emplacements indiqués sont uniquement ceux des bureaux nationaux de Téléfilm : Toronto, Montréal, Halifax et Vancouver. La « France » indiquée à la section 5.4.3. dans Emplacements est indiquée par erreur.</p> <p>Cette section vise à évaluer vos capacités à servir Téléfilm, partout au Canada, dans les différents marchés. Si vous avez travaillé ou avez des contacts dans ce domaine.</p>
36	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.2. Locations</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.2. Emplacements</p>	<p>You ask if we are able to conduct business in the 'time zone' of France. Do you need a physical presence or simply a team equipped to serve the market at its hours?</p> <hr/> <p>Vous demandez si nous sommes capables de mener des affaires dans le 'fuseau horaire' de la France. Avez-vous besoin d'une présence physique ou simplement d'une équipe outillée pour desservir le marché à ses heures ?</p>	<p>International market footage may be used from time to time, depending on the campaign or event. As such, it's not so much the physical presence in these markets that would be required but a team equipped to serve the market at its hours, if need be.</p> <hr/> <p>Les images des marchés internationaux peuvent être utilisées de temps en temps, en fonction de la campagne ou de l'événement. Ainsi, ce n'est pas tant la présence physique sur ces marchés qui est requise, mais une équipe équipée pour servir le marché à ses heures, si nécessaire.</p>
37	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.3.3. Period of Contract</p> <hr/>	<p>When is Telefilm hoping to commence this contract?</p> <hr/>	<p>We anticipate the signing of a contract by January 2023.</p> <hr/>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.3.3. Période contractuelle	Quand Téléfilm espère-t-elle commencer ce contrat ?	Nous prévoyons la signature d'un contrat d'ici janvier 2023.
38	EN Procurement RFP Videos 2022_Final Section 5. Supplier's Proposal	May we include the corporate description, financials and capabilities as Addendum items? Or do they all need to be incorporated into the 20-page count?	Please keep only items like Financial Statements, C.V.'s of the Teams, in Addendums, but continue to refer in your response to Section 5 with the 20-page limit. If you need to refer us to a higher-level of detail for your financial proposal as well, you are able to describe the overall offer by responding to the relevant section within the 20-pages, and a further breakdown of costs within an Addendum. You are also able to submit links (video) of work completed or on your corporate description in the relevant sections, where applicable.
	FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 5. Soumission du fournisseur	Pouvons-nous inclure la description de l'entreprise, les données financières et les capacités en tant qu'éléments supplémentaires ? Ou doivent-ils tous être incorporés dans le nombre de 20 pages?	Veillez ne conserver que les éléments tels que les états financiers, les CV des équipes, dans les addenda, mais continuez à vous référer dans votre réponse à la section 5 à la limite de 20 pages. Si vous avez besoin de nous renvoyer à un niveau de détail plus élevé pour votre proposition financière également, vous pouvez décrire l'offre globale en répondant à la section pertinente dans les 20 pages, et une ventilation plus détaillée des coûts dans un addendum. Vous êtes également en mesure de soumettre des liens (vidéo) de travaux réalisés ou sur votre

			description de l'entreprise dans les sections pertinentes, le cas échéant.
39	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1. Situation today</p>	<p>Must the content focus be strictly on emerging talent?</p>	<p>Not necessarily, but we do have a mandate to diversify our talent featured.</p> <p>Our talent promotion mandate has increased and expanded. What would be priorities in terms of editorial lines would be diversity and inclusion, in the multiple ways that we define being inclusive and accessible in our industry. This includes cultural diversity, provincial diversity, genres etc. "All that 'diverse' means."</p> <p>It also needs to coincide and coexist with Back to Cinema. Working with the theatrical exhibitors and distributors is still a big priority. So part of our decision making will be 'are these featurettes going to be out in theatres?' and how can we support those films in their post-production life?</p>
	<hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.1. Situation actuelle</p>	<hr/> <p>Le contenu doit-il être strictement axé sur les talents émergents ?</p>	<hr/> <p>Pas nécessairement, mais nous avons le mandat de diversifier nos talents.</p>

			<p>Notre mandat de promotion des talents a augmenté et s'est étendu. Les priorités en termes de lignes éditoriales seraient la diversité et l'inclusion, dans les multiples façons dont nous définissons l'inclusion et l'accessibilité dans notre industrie. Cela inclut la diversité culturelle, la diversité provinciale, les genres, etc. "Tout ce que le mot "diversité" signifie".</p> <p>Ce projet doit également coïncider et coexister avec Retour au cinéma. La collaboration avec les exploitants de salles et les distributeurs reste une grande priorité. Une partie de notre prise de décision consistera donc à se demander si ces courts-métrages seront diffusés dans les salles de cinéma et comment nous pouvons soutenir ces films dans leur vie post-production.</p>
40	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.3. Scope and Service Requirements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre</p>	<p>When considering the list of deliverables noted in the scope of work, would the number of videos and addresses be within a 12-month period? Or would the number of deliverables be prorated based on the number of months left in this fiscal year?</p> <hr/> <p>Lorsque l'on considère la liste des produits livrables notés dans l'étendue des travaux, le nombre de vidéos et d'adresses doit-il être compris dans une période de 12 mois ? Ou bien le nombre de produits livrables sera-t-il calculé au</p>	<p>Please work based on a 12-month period.</p> <hr/> <p>Veuillez travailler sur la base d'une période de 12 mois.</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

		prorata du nombre de mois restants dans l'année fiscale en cours ?	
41	EN Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.2.3. Scope and Service Requirements	Should we budget social media moderation and engagement on the Telefilm social platforms as part of this contract? Or is it only the posting and paid reach for the video content created that the agency is responsible for?	Just the posting and paid reach for the content created by the agency.
	FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 4.2.4. Échéancier de mise en œuvre	Devrions-nous budgétiser la modération et l'engagement sur les plateformes sociales de Téléfilm dans le cadre de ce contrat ? Ou est-ce que l'agence est uniquement responsable de l'affichage et de la portée payée pour le contenu vidéo créé ?	Juste l'affichage et la portée payée pour le contenu créé par l'agence.
42	EN Procurement RFP Videos 2022_Final Section 5.2.3. Key numbers Section 5.2.4. Financial statements	May 5.2.3 and 5.2.4. Financial statements - be added to the Addendum and not be included as part of the 20 pages?	Yes
	FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 5.2.3. Chiffres importants Section 5.2.4. États financiers	Peut-on 5.2.3 et 5.2.4. États financiers - être ajoutés à l'addendum et ne pas être inclus dans les 20 pages ?	Oui

<p>43</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. Financial statements</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.2.4. États financiers</p>	<p>For a smaller SME, audited statements may not exist. Will you make exceptions for companies with a lower revenue base? And if so, what is that threshold? Audited financial statements and review engagements are prohibitively costly for a smaller agency - and we will not be able to have these ready before the application deadline should you still require them.</p> <hr/> <p>Pour un petit expert en la matière, il se peut qu'il n'y ait pas d'états financiers vérifiés. Ferez-vous des exceptions pour les entreprises dont le chiffre d'affaires est inférieur ? Et si oui, quel est ce seuil ? Les états financiers vérifiés et les missions d'examen sont d'un coût prohibitif pour une petite agence - et nous ne serons pas en mesure de les préparer avant la date limite de dépôt des candidatures si vous les exigez quand même.</p>	<p>We can accept statements certified by an Accountant in replacement of audited statements for this phase of the process.</p> <hr/> <p>Nous pouvons accepter des déclarations certifiées par un comptable en remplacement des déclarations auditées pour cette phase du processus.</p>
<p>44</p>	<p>EN Procurement RFP Videos 2022_Final</p> <p>Section 5.4.8. Project management approach, Implementation plan</p> <hr/> <p>FR Procurement RFP Videos 2022_Final</p>	<p>Do you have a specific number in mind for the overall paid reach budget allocation?</p> <hr/> <p>Avez-vous un chiffre précis à l'esprit pour l'allocation du budget global de la portée payée ?</p>	<p>No, but not included in the budget that we're asking of them.</p> <hr/> <p>Non, mais pas dans le budget que nous leur demandons.</p>

AdO: Agence de communication à service complet/ RFP: Full-Service Marketing Communications Agency
Questions and Answers / Questions et Réponses
 octobre / October 2022

	Section 5.4.8. Approche en matière de gestion de projet, plan de mise en œuvre		
45	EN Procurement RFP Videos 2022_Final Section 5.5. Financials	May we include a top sheet of the budget as a part of the 20-page count and submit the detailed budget in the Addendum	Yes.
	<hr/> FR Procurement RFP Videos 2022_Final Section 5.5. Mécanisme d'établissement des prix	<hr/> Pouvons-nous inclure une feuille supérieure du budget dans le compte de 20 pages et soumettre le budget détaillé dans l'addendum ?	<hr/> Oui.