



RETOURNER LES SOUMISSIONS À :

IRCC.BidsReceiving-Receptiondessomissions.IRCC@cic.gc.ca

Attn : Manon Delorme

POUR LES SOUMISSIONS ÉLECTRONIQUES

La boîte de courrier électronique est automatisée pour envoyer une réponse pour chaque message qu'elle reçoit. Si vous ne recevez pas de réponse à votre courriel, veuillez svp contacter l'autorité contractante pour assurer que votre soumission a bien été reçue. Notez bien que c'est la responsabilité du soumissionnaire d'assurer que leurs soumissions soient reçues dans leur intégralité, par Citoyenneté et Immigration Canada, par la date et heure stipulé dans cette demande de proposition.

AVIS IMPORTANT AUX FOURNISSEURS

Le Service électronique d'appels d'offre du gouvernement sur achatsetventes.gc.ca/appels-d-offres sera la source unique faisant autorité pour les appels d'offres du gouvernement du Canada assujettis aux accords commerciaux ou aux politiques ministérielles qui exigent que les appels d'offres soient annoncés publiquement.

DEMANDE DE PROPOSITION

Proposition à : Citoyenneté et Immigration Canada
 Nous offrons par la présente de vendre à Sa Majesté la Reine du chef du Canada, aux conditions énoncées ou incluses par référence dans la présente et aux annexes ci-jointes, les biens, services et construction énumérés ici et sur toute feuille ci-annexée, au(x) prix indiqué(s).

Instructions: See Herein

Instructions : Voir aux présentes
Issuing Office – Bureau de délivrance
Citoyenneté et Immigration Canada
Service de l'approvisionnement et des contrats
70, rue Crémazie
Gatineau (Québec) K1A 1L1

Title – Sujet	
Campagne de marketing expérientiel pour Expérience Internationale Canada	
Solicitation No. – N° de l'invitation	Date
CIC-157511	6 mars 2024
Solicitation Closes – L'invitation prend fin at – à 2:00 PM on – le 2 avril 2024	Time Zone Fuseau horaire
	UTC-5 (Eastern Time)
F.O.B. - F.A.B.	
Plant-Usine : <input type="checkbox"/> Destination : <input checked="" type="checkbox"/> Other-Autre : <input type="checkbox"/>	
Address Inquiries to: – Adresser toute question à :	
IRCC.BidsReceiving-Receptiondessomissions.IRCC@cic.gc.ca	
Telephone No. – N° de téléphone :	
Destination – of Goods, Services, and Construction: Destination – des biens, services et construction :	
Voir aux présentes	
Delivery required – Livraison exigée	
<i>Voir aux présentes</i>	
Vendor/firm Name and address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Facsimile No. – N° de télécopieur	
Telephone No. – N° de téléphone	
Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/firm	
Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/de l'entrepreneur	
(type or print)/ (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)	
Signature	Date

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	2
PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX.....	4
1.1 Introduction.....	4
1.2 Sommaire	4
1.2.1 La Direction des Communications d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) a besoin des services d'un entrepreneur pour élaborer et mettre en œuvre une approche de marketing expérientielle pour Expérience Internationale Canada (EIC). L'objectif est de créer des expériences interactives qui interpellent à la fois les publics cibles sortants (canadiens) et entrants (étrangers).....	4
1.2.2 Contrat unique.....	4
1.3 Comptes rendus	4
1.4 Exigences obligatoires	5
PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES	6
2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées.....	6
2.2 Présentation des soumissions	6
2.4 Lois applicables	7
2.5 Fondement du titre du Canada sur les droits de propriété intellectuelle	7
2.6 Ancien fonctionnaire	7
PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS	9
3.1 Instructions pour la préparation des soumissions.....	9
3.2 Clauses du Guide des CCUA.....	10
PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION.....	12
4.1 Procédures d'évaluation	12
4.1.1 Évaluation technique	12
4.1.1.1 Critères techniques obligatoires.....	12
4.1.1.2 Critères techniques cotés	14
4.1.2 Évaluation financière	22
4.2 Méthode de sélection.....	22
4.2.1 Méthode de sélection – Meilleure note combinée pour le mérite technique et le prix	22
PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES.....	24
5.1 Attestations exigées avec la soumission.....	24
5.1.1 Dispositions relatives à l'intégrité - déclaration de condamnation à une infraction ...	24
5.2 Attestations préalables à l'attribution du contrat et renseignements supplémentaires ..	24
5.2.1 Dispositions relatives à l'intégrité – documentation exigée	24
5.2.2 Dispositions relatives à l'intégrité – Liste de noms.....	25
5.2.3 Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi – Attestation de soumission	25
5.2.4 Statut et disponibilité du personnel	25
5.2.5 Études et expérience.....	26
PARTIE 6 – EXIGENCES RELATIVES À LA SÉCURITÉ, EXIGENCES FINANCIÈRES ET AUTRES EXIGENCES	27
6.1 Exigences relatives à la sécurité	27
6.2 Exigences en matière d'assurance	27



PARTIE 7 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT	28
A1. Guide des clauses et conditions uniformisées d’achat	28
A2. Modalités du contrat.....	28
A3. Conditions générales	28
ANNEXE B – CONDITIONS SUPPLÉMENTAIRES	29
B1. Ordre de priorité des documents.....	29
B2. Clauses de CIC.....	29
B3. Clauses du Guide des CCUA.....	29
B4. Exigences en matière de sécurité	29
B5. Période du contrat.....	29
B5.1 Option de prolongation du contrat	29
B6. Résiliation avec avis de trente (30) jours.....	30
B7. Attestations / Conformité et renseignements supplémentaires	30
B8. Exigences en matière d’assurance	30
B9. Énoncé des travaux	30
B10. Responsables	30
B10.1 Autorité contractante	30
B10.2 Chargé de projet.....	31
B10.3 Responsable technique	31
B10.4 Représentant de l’entrepreneur	31
B11. Divulgence proactive de marchés conclus avec d’anciens fonctionnaires.....	31
ANNEXE C – MODALITÉS DE PAIEMENT	32
C1. Base de paiement.....	32
C2. Mode de paiement	32
C3. Taxes applicables	32
C4. Instructions relatives à la facturation	32
C5. Frais de déplacement et de subsistance	33
ANNEXE D – ÉNONCÉ DES TRAVAUX	34
ANNEXE E – BASE DE PAIEMENT	44
ANNEXE F – RENSEIGNEMENTS SUR LE FOURNISSEUR ET AUTORISATION	46



PARTIE 1 – RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX

1.1 Introduction

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

- Partie 1 Renseignements généraux : renferme une description générale du besoin;
- Partie 2 Instructions à l'intention des soumissionnaires : renferme les instructions, clauses et conditions relatives à la demande de soumissions;
- Partie 3 Instructions pour la préparation des soumissions : donne aux soumissionnaires les instructions pour préparer leur soumission;
- Partie 4 Procédures d'évaluation et méthode de sélection : décrit la façon selon laquelle se déroulera l'évaluation et présente les critères d'évaluation auxquels on doit répondre dans la soumission, ainsi que la méthode de sélection;
- Partie 5 Attestations et renseignements supplémentaires : comprend les attestations et les renseignements supplémentaires à fournir;
- Partie 6 Exigences relatives à la sécurité, exigences financières et autres exigences : comprend des exigences particulières auxquelles les soumissionnaires doivent répondre; et
- Partie 7 Clauses du contrat subséquent: contient les clauses et les conditions qui s'appliqueront à tout contrat subséquent.

1.2 Sommaire

1.2.1 La Direction des Communications d'Immigration, Réfugiés et Citoyenneté Canada (IRCC) a besoin des services d'un entrepreneur pour élaborer et mettre en œuvre une approche de marketing expérientielle pour Expérience Internationale Canada (EIC). L'objectif est de créer des expériences interactives qui interpellent à la fois les publics cibles sortants (canadiens) et entrants (étrangers).

1.2.2 Contrat unique

Le Canada souhaite conclure un contrat pour élaborer et mettre en œuvre une approche de marketing expérientielle pour Expérience Internationale Canada, conformément à l'annexe D – Énoncé des travaux, pour une période à partir de l'attribution du contrat jusqu'au 31 mars 2025 avec (1) option d'un (1) an au contrat.

1.3 Comptes rendus

Les soumissionnaires peuvent demander un compte rendu des résultats du processus de demande de soumissions. Les soumissionnaires devraient en faire la demande à l'autorité contractante dans les 15 jours ouvrables suivant la réception des résultats du processus de



demande de soumissions. Le compte rendu peut être fourni par écrit, par téléphone ou en personne.

Si vous avez des préoccupations relativement au processus d'approvisionnement, veuillez-vous référer à la page [Processus de contestation des offres et mécanismes de recours](#) sur le site Achatsetventes.gc.ca. Veuillez noter qu'il y a des échéances strictes pour le dépôt des plaintes auprès du Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCE) ou du Bureau de l'ombudsman de l'approvisionnement (BOA).

1.4 Exigences obligatoires

Lorsque les mots « doit », « devrait » ou « devra » apparaissent dans la présente DP, on doit considérer cette disposition comme une exigence obligatoire.



PARTIE 2 – INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES SOUMISSIONNAIRES

2.1 Instructions, clauses et conditions uniformisées

Toutes les instructions, clauses et conditions de Citoyenneté et Immigration Canada (CIC) identifiées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre sont reproduites sur le site [Web de CIC](#).

Toutes les clauses du Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat (CCUA) qui portent sur des instructions particulières ne faisant pas partie des instructions uniformisées identifiées par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans [le Guide des CCUA](#) de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC).

Les soumissionnaires qui présentent une soumission s'engagent à respecter les instructions, les clauses et les conditions de la demande de soumissions, et acceptent les clauses et les conditions du contrat subséquent.

Le document intitulé *Instructions uniformisées de CIC – Biens ou services – Besoins concurrentiels* [CIC-SI-001 \(2016-05-26\)](#) est incorporé par renvoi dans la demande de soumissions et en fait partie intégrante.

2.2 Présentation des soumissions

Les soumissions doivent être envoyées uniquement à Citoyenneté et Immigration Canada au plus tard à la date, à l'heure et à l'endroit indiqués à la page 1 de la présente invitation à soumissionner.

En raison de la nature de la demande de soumissions, les soumissions transmises par télécopieur ne seront pas acceptées.

2.3 Demandes de renseignements en période de soumission

Toutes les demandes de renseignements doivent être présentées par écrit à l'autorité contractante au moins deux (2) jours ouvrables avant la clôture de la demande de soumissions. Toute demande reçue après ce délai pourrait ne pas être répondue.

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



2.4 Lois applicables

Tout contrat subséquent sera interprété et régi selon les lois en vigueur de l'Ontario.

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

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

Citoyenneté et Immigration Canada a déterminé que tout droit de propriété intellectuelle découlant de l'exécution des travaux prévus par le contrat subséquent appartiendra au Canada, pour les motifs suivants, tel que défini dans la [Politique sur les droits de propriété intellectuelle issus de marchés conclus avec l'État](#) :

- l'objet principal du contrat ou des biens livrables en vertu du contrat est d'obtenir des connaissances et des renseignements qui seront diffusés au public;

2.6 Ancien fonctionnaire

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

Définition

Aux fins de cette clause,

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

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

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



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

Ancien fonctionnaire touchant une pension

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

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

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

En fournissant cette information, les soumissionnaires acceptent que le statut du soumissionnaire retenu, en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la LPFP, soit publié dans les rapports de divulgation proactive des marchés, sur les sites Web des ministères, et ce conformément à l'[Avis sur la Politique des marchés : 2012-2](#) et les [Lignes directrices sur la divulgation des marchés](#).

Directive sur le réaménagement des effectifs

Est-ce que le soumissionnaire est un ancien fonctionnaire qui a reçu un paiement forfaitaire en vertu de la Directive sur le réaménagement des effectifs? **Oui () Non ()**

Si oui, le soumissionnaire doit fournir l'information suivante :

- a. le nom de l'ancien fonctionnaire;
- b. les conditions de l'incitatif versé sous forme de paiement forfaitaire;
- c. la date de la cessation d'emploi;
- d. le montant du paiement forfaitaire;
- e. le taux de rémunération qui a servi au calcul du paiement forfaitaire;
- f. la période correspondant au paiement forfaitaire, incluant la date du début, d'achèvement et le nombre de semaines;
- g. nombre et montant (honoraires professionnels) des autres contrats assujettis aux conditions d'un programme de réaménagement des effectifs.

Pour tous les contrats attribués pendant la période du paiement forfaitaire, le montant total des honoraires qui peut être payé à un ancien fonctionnaire qui a reçu un paiement forfaitaire est limité à 5 000 \$, incluant les taxes applicables.



PARTIE 3 – INSTRUCTIONS POUR LA PRÉPARATION DES SOUMISSIONS

3.1 Instructions pour la préparation des soumissions

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions de présentation décrites ci-après pour préparer leur soumission :

Section I : Soumission technique - Une (1) copie électronique par courriel au format .pdf

Section II : Soumission financière - Une (1) copie électronique par courriel au format .pdf

Section III : Attestations - Une (1) copie électronique par courriel au format .pdf

Le Canada demande que les répondants soumettent leur réponse par courriel, en format PDF non protégé (c.-à-d. sans mot de passe). La taille complète des courriels contenant une réponse ne doit pas dépasser 10 Mo. Les courriels dépassant 10 Mo ne seront pas reçus. Si la taille des courriels dépasse 10 Mo, les répondants doivent communiquer avec l'autorité contractante au moins 48 heures avant la date de clôture pour discuter des solutions de rechange.

Les prix doivent figurer dans la soumission financière seulement. Aucun prix ne doit être indiqué dans une autre section de la soumission.

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions de présentation décrites ci-après pour préparer leur soumission :

- a) utiliser un système de numérotation correspondant à celui de la demande de soumissions;
- b) paginer chacune des pages de la proposition dans le coin inférieur droit.

Conformément à la [Politique sur les marchés du Conseil du Trésor](#) et à la *Loi canadienne sur l'accessibilité*, les ministères et organismes fédéraux doivent tenir compte des critères et des caractéristiques d'accessibilité lorsqu'ils achètent des biens ou des services. Par conséquent, les soumissionnaires sont encouragés à mettre en évidence toutes les caractéristiques et composantes liées à l'accessibilité dans leur proposition pour l'énoncé des travaux (EDT) et doivent :

- (i) démontrer en quoi les biens ou les services proposés par le soumissionnaire satisfont aux exigences en matière d'accessibilité au moment de la livraison; ou
- (ii) décrire comment, aux termes d'un contrat subséquent, le soumissionnaire livrerait ses biens ou ses services d'une manière qui satisfait à l'exigence obligatoire.

Section I : Soumission technique

Dans leur soumission technique, les soumissionnaires devraient démontrer leur compréhension des exigences contenues dans la demande de soumissions et expliquer comment ils répondront à ces exigences. Les soumissionnaires devraient démontrer leur capacité _____



et décrire l'approche qu'ils prendront de façon complète, concise et claire pour effectuer les travaux.

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

Section II : Soumission financière

Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière en conformité avec l'annexe E – Base de paiement. Le montant total des taxes applicables doit être indiqué séparément, s'il y a lieu.

Les soumissionnaires doivent fournir les renseignements suivants dans leur soumission financière en remplissant l'annexe I – Renseignements sur le fournisseur et autorisation, qui doit être intégrée à leur soumission :

1. Leur dénomination sociale;
2. Leur [numéro d'entreprise](#);
3. Le nom de la personne-ressource (y compris son adresse postale, ses numéros de téléphone et télécopieur, et son adresse de courriel) autorisée par le soumissionnaire à communiquer avec le Canada relativement :
 - a) à la soumission;
 - b) à tout contrat subséquent pouvant découler de la soumission.

Dans les propositions financières, il faut clairement nommer le personnel proposé et la catégorie associée aux fins de l'évaluation seulement. Les tarifs journaliers ou prix fermes proposés doivent être indiqués en dollars canadiens.

Le prix ferme proposé par le soumissionnaire en réponse à une demande de proposition et pour les contrats subséquents doit comprendre les coûts généraux et administratifs, les coûts indirects et la marge bénéficiaire. Les coûts suivants engagés lors de la prestation des services doivent être inclus : le local pour bureau, l'équipement informatique et les logiciels, le traitement de texte, la préparation des rapports, les services de photocopie, de messagerie, de télécopie et de téléphone, les frais liés aux déplacements locaux et les frais administratifs relatifs aux dépenses liées aux déplacements extérieurs. Le mot « local » utilisé dans la présente fait référence à l'endroit où les travaux seront effectués au Canada, selon les précisions de la demande de proposition et le ou les contrats subséquents.

Les soumissionnaires doivent fournir dans leur soumission financière une ventilation des prix, comme il est précisé à l'annexe E – Base de paiement.

3.2 Clauses du Guide des CCUA

C3011T (2013-11-06) – Fluctuation du taux de change



Le besoin ne prévoit aucune protection relative à la fluctuation du taux de change. Aucune demande de protection contre la fluctuation du taux de change ne sera prise en considération. Toute soumission incluant une disposition en ce sens sera déclarée non recevable.

Section III : Attestations

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



PARTIE 4 – PROCÉDURES D'ÉVALUATION ET MÉTHODE DE SÉLECTION

4.1 Procédures d'évaluation

- a) Les soumissions seront évaluées par rapport à l'ensemble des exigences de la demande de soumissions, incluant les critères d'évaluation technique et financière.
- b) une équipe d'évaluation composée de représentants du Canada évaluera les soumissions.

4.1.1 Évaluation technique

4.1.1.1 Critères techniques obligatoires

Les soumissions doivent satisfaire à tous les critères techniques obligatoires indiqués ci-dessous. Le soumissionnaire doit fournir la documentation nécessaire afin de démontrer qu'il satisfait à cette exigence.

Les exigences obligatoires sont évaluées selon le simple principe de la réussite ou de l'échec. Si le soumissionnaire ne satisfait à aucune des exigences obligatoires, la proposition sera déclarée **non recevable et ne sera plus prise en considération**. Il faut absolument traiter les exigences obligatoires dans tout processus d'approvisionnement. Chaque critère technique obligatoire devrait être traité séparément.

DÉFINITIONS

Campagne nationale – La campagne doit être réalisée dans au moins quatre (4) régions du Canada. Les régions sont les suivantes : la Colombie-Britannique, les Prairies, l'Ontario, le Québec, l'Atlantique et les Territoires.

Campagne de marketing et de sensibilisation – La campagne est une combinaison d'au moins deux initiatives de marketing et de sensibilisation différentes (l'une des suivantes : ressources collatérales ou éducatives, marketing axé sur les événements, médias sociaux, partenariats, etc.).

Campagne destinée à un public jeunesse – La campagne cible **les personnes âgées de 18 à 35 ans de tous les sexes**.

Produit et terminé – La date de début de la campagne, ou la portion ou la phase soumise d'une campagne globale, ne peut pas précéder la date admissible indiquée dans les critères d'évaluation. Bien que la campagne puisse être continue, la partie ou la phase soumise doit avoir été diffusée ou publiée dans les médias appropriés, et les résultats doivent être disponibles (pour tous les types de médias soumis).

Marketing de programmes – Produits ou services : pour mieux informer et mobiliser le public, afin d'aider à générer des résultats dans l'adoption et l'impact.

Marketing expérientiel – Pour commercialiser un produit ou un service grâce à des expériences qui mobilisent directement le public



Pour chaque résumé de projet déposé, le soumissionnaire devra fournir des dates précises (mois et année) en ce qui concerne l'expérience, ainsi que préciser la durée totale du projet (nombre de mois). Les mois d'expérience indiqués dans le cadre d'un projet pour lequel l'échéancier chevauche celui d'un autre projet cité en référence ne seront comptés qu'une seule fois. Par exemple, si la période d'exécution du projet 1 s'échelonne de juillet 2001 à décembre 2001 et la période d'exécution du projet 2 s'échelonne d'octobre 2001 à janvier 2002, le nombre de mois d'expérience total pour ces deux projets est de sept (7) mois.

Critères techniques obligatoires (CTO)

Aux fins des critères techniques obligatoires indiqués ci-dessous, l'expérience du soumissionnaire et de ses filiales, employés et sous-traitants sera prise en considération dans le processus d'évaluation.

REMARQUE AU SOUMISSIONNAIRE : Veuillez inscrire à côté de chaque critère le numéro de la page ou les pages de votre proposition qui portent sur l'exigence énoncée.

Point			SATISFAIT/NON SATISFAIT	Renvoi à la proposition (n° de page)
CTO1	<p>Projets de marketing ou de publicité</p> <p>Le soumissionnaire DOIT soumettre deux (2) campagnes de marketing produites et terminées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture de la soumission :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deux (2) des campagnes ont été des campagnes nationales. • Deux (2) des campagnes ont été produites et réalisées initialement dans les deux langues officielles. • Deux (2) des campagnes ont été des campagnes multimédias. • Deux (2) des campagnes ont été des campagnes de marketing et de sensibilisation. • Deux (2) des campagnes ont ciblé un public composé de jeunes. <p>Deux (2) des types de services de commercialisation suivants, comme définis à la section B, doivent avoir été fournis dans l'un ou l'autre des projets de commercialisation proposés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le marketing expérientiel 			
CTO2	<p><u>O2. Capacité de mener une campagne marketing en français et en anglais</u></p> <p>Le soumissionnaire doit présenter une (1) campagne marketing, produite et</p>			



	réalisée en anglais ET en français au courant des cinq (5) dernières années avant la date de clôture de l'appel d'offres, afin de démontrer qu'il est en mesure de fournir tous les services décrits dans l'énoncé des travaux (EDT) dans les deux langues mentionnées ci-haut.			
--	---	--	--	--

No.	Critères Financiers Obligatoires	Atteint	Non Atteint
CFO1	La limite des dépenses du contrat initial ne doit pas dépasser 400 000.00\$ (toutes dépenses confondues). Les taxes applicables sont en sus.		
CFO2	La limite des dépenses du contrat initial ne doit pas dépasser 200 000.00\$ (toutes dépenses confondues). Les taxes applicables sont en sus.		

LES SOUMISSIONS QUI NE SATISFONT PAS À TOUTES LES EXIGENCES OBLIGATOIRES NE SERONT PAS PRISES EN CONSIDÉRATION.

4.1.1.2 Critères techniques cotés

Chaque soumission technique qui répond à l'ensemble des exigences obligatoires précisées ci-dessus sera évaluée et notée selon le(s) tableau(x) des critères d'évaluation cotés ci-dessous. Chaque critère technique coté doit être traité séparément.

Pour chaque résumé de projet présenté, les soumissionnaires sont tenus d'indiquer les dates précises (mois, année) auxquelles remonte l'expérience acquise par la ressource, ainsi que la durée totale du projet en question (nombre de mois). Les mois d'expérience indiqués pour un projet dont le calendrier chevauche celui d'un autre projet mentionné ne seront comptabilisés qu'une seule fois. Par exemple : la période pour le projet 1 est de juillet 2001 à décembre 2001; la période du projet 2 est d'octobre 2001 à janvier 2002. Le nombre total de mois d'expérience pour ces deux références de projet est de sept (7) mois.

Le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée des deux (2) campagnes de marketing d'un influenceur, produites et réalisées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture des soumissions, qui se combinent pour respecter les éléments décrits aux critères O1 et O2.

Les deux campagnes seront évaluées en fonction des critères C1, C2, C3, C4, C5, et C6 comme indiqué ci-dessous.

Les soumissionnaires ont un maximum de huit (8) pages pour répondre par exemple de campagne. Les pages supplémentaires ne seront pas prises en compte.

REMARQUE : Les copies des créations réelles peuvent être soumises dans la réponse écrite comme éléments de soutien aux critères d'évaluation technique cotés suivants. Elles seront prises en compte dans la limite de pages. Si les échantillons créatifs sont soumis sous forme de documents ou de dossiers supplémentaires distincts, ils ne seront pas examinés.

Les propositions seront évaluées et cotées conformément à des critères d'évaluation



précis, tels qu'énoncés dans cette section. Pour être considérés comme conformes, les soumissionnaires doivent obtenir le minimum requis des points pour chaque critère coté.

Niveau de cotation :

Les points seront attribués comme suit pour chaque campagne. Pour réussir, chaque soumissionnaire doit obtenir un score total minimum combiné de 34 points pour les deux campagnes, chaque critère exigeant un nombre minimum de points pour une note de passage.

0 point : L'information fournie est insuffisante.

1 point : Une proportion insatisfaisante de réponses a été fournie; les points clés recherchés manquaient.

2 points : L'information fournie démontre que l'approche ou l'expérience du soumissionnaire ne répond que partiellement aux critères énoncés ou n'est que partiellement pertinente aux exigences générales.

3 points : L'information fournie démontre que la plupart des éléments de l'approche ou de l'expérience du soumissionnaire répondent aux critères énoncés et sont pertinents aux exigences générales.

4 points : L'information fournie démontre que tous les éléments de l'approche ou de l'expérience du soumissionnaire répondent aux critères énoncés et sont pertinents aux exigences générales.

5 points : L'information fournie démontre que tous les éléments de l'approche ou de l'expérience du soumissionnaire dépassent les critères énoncés et sont très pertinents aux exigences générales.

Critères techniques cotés (CTC) – Notes			
REMARQUE AU SOUMISSIONNAIRE : Veuillez inscrire à côté de chaque critère le numéro de la page ou les pages de votre proposition qui portent sur l'exigence énoncée. Une note de zéro sera octroyée aux critères techniques cotés qui n'auront pas été traités.			
Point		Cotation Normes	Renvoi à la proposition (n° de page)
CTC1	<p>Contexte</p> <p>Le soumissionnaire devrait présenter une expérience récente et pertinente dans la prestation de services liés aux campagnes de marketing. Pour démontrer son expérience, le soumissionnaire doit fournir un résumé de deux (2) campagnes de marketing, produites et achevées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture de la soumission.</p> <p>Le résumé devrait inclure les renseignements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Qui était le client et quel était le titre de la campagne? 	<p>Nombre maximal de points : 10 points</p> <p>Maximum par résumé de campagne : 5 points</p>	



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quelle était la date de début du projet (jour, mois, année)? ▪ Quel était le rôle de l'agence? Pour quelle raison avez-vous été embauché? ▪ Y a-t-il eu des défis ou des considérations spécifiques liés à la campagne? ▪ Quels étaient les objectifs de la campagne? ▪ Qui étaient les publics cibles? ▪ Dans quelles régions et dans quelles langues la campagne a-t-elle été réalisée? ▪ Quelles étaient les dates de début et de fin de la campagne (y compris le mois et l'année pour chacune)? Si vous soumettez une partie ou une phase d'une campagne globale, veuillez indiquer les dates de début et de fin de cette partie ou phase. ▪ Quel était le budget de la campagne? ▪ Quels ont été les services fournis et comment ont-ils atteint les objectifs du projet? 		
Nombre maximal de points	10 points	Note du soumissionnaire	/10
Minimum de points	6 points		
CTC2	<p>Élaboration de la stratégie de la campagne</p> <p>Le soumissionnaire devrait démontrer une expérience récente dans la prestation de services d'élaboration de stratégies de campagne. Pour démontrer son expérience, le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée de deux (2) campagnes de marketing, produites et achevées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture de la soumission. Les campagnes de marketing de la section précédente peuvent être utilisées.</p> <p>La description devrait inclure les renseignements suivants :</p>	<p>Nombre maximal de points : 10 points</p> <p>Maximum par description de campagne : 5 points</p>	



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quelle était la stratégie globale de la campagne? Comment avez-vous déterminé cette stratégie et pourquoi? Quelles ont été les données, les considérations et quels ont été les points de vue, les renseignements et les défis qui ont étayé vos recommandations? ▪ Quelles étaient les tactiques virtuelles et en personne ou quelle a été la combinaison de médias recommandée pour appuyer la campagne et pourquoi? ▪ Comment avez-vous présenté la stratégie de la campagne à votre client pour obtenir son approbation, y compris la justification de votre positionnement et les arguments qui ont renforcé et appuyé votre approche ou stratégie globale? ▪ Quelle a été la rétroaction du client sur la présentation de la stratégie de la campagne? Comment avez-vous obtenu l'approbation? Comment les commentaires des clients ont-ils été intégrés dans la stratégie globale de la campagne? 		
<p>Nombre maximal de points</p>	<p>10 points</p>	<p>Note du soumissionnaire</p>	<p>/10</p>
<p>Minimum de points</p>	<p>6 points</p>		
<p>CTC3</p>	<p>Élaboration de la stratégie créative</p> <p>Le soumissionnaire devrait démontrer une expérience récente dans l'élaboration de stratégies créatives. Pour démontrer son expérience, le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée de deux (2) campagnes de marketing, produites et achevées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture de la soumission. Les campagnes de marketing de la section précédente peuvent être utilisées.</p> <p>La description devrait inclure les renseignements suivants :</p>	<p>Nombre maximal de points : 10 points</p> <p>Maximum par description de campagne : 5 points</p>	



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Quelle était la base pour appuyer l'élaboration créative? Comment avez-vous déterminé cette approche et pourquoi? ▪ Comment votre approche créative et votre ton ont-ils appuyé la stratégie globale de la campagne? Quel était le lien avec les objectifs, la combinaison de médias et les publics? ▪ Quelle a été l'incidence de votre stratégie créative sur les tactiques ou la combinaison de médias recommandée? L'approche créative a-t-elle mené à la sélection des médias ou vice versa? ▪ Quelle a été la réaction du client à la présentation de la stratégie de la campagne? Comment avez-vous obtenu l'approbation? Comment les commentaires des clients ont-ils été intégrés dans l'approche créative globale? ▪ Quels étaient les défis à relever lors de l'élaboration et de la présentation de la stratégie créative? Comment les avez-vous relevés? 		
Nombre maximal de points	10 points	Note du soumissionnaire	/10
Minimum de points	6 points		
CTC4	<p>Capacité et exécution de production</p> <p>Le soumissionnaire devrait démontrer une capacité de production. Pour démontrer sa capacité, le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée de deux (2) campagnes de marketing, produites et achevées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture de la soumission. Les campagnes de marketing de la section précédente peuvent être utilisées.</p> <p>La description devrait inclure les renseignements suivants :</p>	<p>Nombre maximal de points : 10 points</p> <p>Maximum par description de campagne : 5 points</p>	



	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Décrire l'approche adoptée pour gérer la production globale de produits créatifs. <ul style="list-style-type: none"> ○ Décrire les considérations du marché régional ou de marchés multiples, les types de public, les marchés géographiques, d'alphabétisation ou d'autres marchés à créneaux. ▪ Comment avez-vous géré et coordonné la production de tous les éléments créatifs pour assurer un contrôle de la qualité approprié et une livraison dans les délais approuvés? Comment avez-vous assuré un contrôle budgétaire adéquat? ▪ Comment avez-vous géré l'approbation du matériel créatif par le client? Comment la rétroaction ou les commentaires ont-ils été intégrés? ▪ Comment l'exécution de la campagne globale a-t-elle été gérée? Comment avez-vous assuré une surveillance, une coordination et une souplesse adéquates, y compris des échéanciers et des contrôles budgétaires? Comment avez-vous adapté la campagne et l'exécution à l'environnement en constante évolution, au besoin? ▪ Comment avez-vous géré la communication avec le client tout au long de la campagne? Comment avez-vous sollicité la participation et l'approbation des clients, au besoin? ▪ Quels ont été les défis à relever pendant le processus de production créative et l'exécution de la campagne? Comment les avez-vous relevés? 		
Nombre maximal de points	10 points	Note du soumissionnaire	/10
Minimum de points	6 points		



<p>CTC5</p>	<p>Rendement et établissement de rapports</p> <p>Le soumissionnaire devrait démontrer son expérience de la surveillance du rendement de la campagne et de la prestation de rapports complets aux clients.</p> <p>Pour démontrer son expérience, le soumissionnaire doit fournir une description écrite détaillée de deux (2) campagnes de marketing, produites et achevées au cours des cinq (5) dernières années suivant la date de clôture de la soumission. Les campagnes de marketing de la section précédente peuvent être utilisées.</p> <p>La description devrait inclure les renseignements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Quels ont été les résultats de la campagne globale? Les résultats escomptés ont-ils été obtenus? Quel a été son rendement par rapport aux indicateurs de rendement clés (IRC) et aux objectifs? Quels ont été les IRC utilisés pour évaluer le rendement de la campagne? ▪ Quels ont été les résultats de l'approche créative? L'approche a-t-elle réalisé ce qui était proposé ou prévu? Quelles ont été les réactions du public et quels ont été les résultats obtenus? ▪ Comment avez-vous suivi la campagne et le rendement créatif tout au long de la campagne pour les tactiques en personne et virtuelles? Des modifications ou des optimisations ont-elles été apportées en raison de facteurs de rendement? Dans l'affirmative, décrivez-les. Comment avez-vous obtenu l'approbation du client pour ces optimisations et modifications? ▪ Comment avez-vous communiqué à votre client les résultats de la campagne et les résultats créatifs tout au long de la campagne? Comment ont été produites et présentées les évaluations et les 	<p>Nombre maximal de points : 10 points</p> <p>Maximum par description de campagne : 5 points</p>	
-------------	--	--	--



	examens rétrospectifs après la campagne?		
Nombre maximal de points	10 points	Note du soumissionnaire	/10
Minimum de points	6 points		
CTC6	<p>Activités de lutte contre le racisme et pour la diversité au sein de l'organisation du soumissionnaire Le soumissionnaire devrait démontrer qu'il a fait la promotion de la lutte contre le racisme et de la diversité au sein de son organisation à l'aide des activités organisationnelles suivantes :</p> <p>a. Le soumissionnaire a publié à l'interne des politiques ou des engagements liés à la lutte contre le racisme et à l'inclusivité. Le soumissionnaire doit fournir ce qui suit avec sa soumission :</p> <ul style="list-style-type: none"> i) une description de la politique ou de l'engagement; ii) une copie de la politique ou des documents d'engagement, y compris leur date d'entrée en vigueur. <p>b. Les employés du soumissionnaire sont tenus de suivre une formation obligatoire sur la lutte contre le racisme. Le soumissionnaire doit fournir ce qui suit avec sa soumission :</p> <ul style="list-style-type: none"> i) une description de la formation; ii) le nom de la formation; iii) le nom du fournisseur de services; iv) une copie du plan du cours (s'il a été élaboré à l'interne). <p>c. Les employés du soumissionnaire doivent suivre une formation sur les préjugés inconscients. Le soumissionnaire doit fournir ce qui suit avec sa soumission :</p> <ul style="list-style-type: none"> i) une description de la formation; ii) le nom de la formation; iii) le nom du fournisseur de services; iv) une copie du plan du cours (s'il a été élaboré à l'interne). <p>d. Le soumissionnaire a rendu accessibles au public des engagements organisationnels envers la création d'un</p>	<p>Maximum de 7 points (1 point pour chaque activité, plus 1 point supplémentaire)</p> <p>Points pour chaque activité : 1 point (pour chaque activité) : Le soumissionnaire a entièrement décrit l'activité et a fourni les documents requis à l'appui.</p> <p>Points supplémentaires (maximum de 2 points) : 2 points – Le soumissionnaire a démontré au moins quatre des cinq activités. 1 point – Le soumissionnaire a démontré au moins deux des cinq activités.</p>	



	<p>effectif diversifié. Le soumissionnaire doit fournir ce qui suit avec sa soumission :</p> <ul style="list-style-type: none"> i) une description de l'engagement; ii) une copie des documents d'engagement, y compris leur date d'entrée en vigueur. <p>e. Le soumissionnaire a élaboré une stratégie interne de dotation ou de recrutement dans le but d'accroître la représentation de groupes sous-représentés au sein de son effectif. Le soumissionnaire doit fournir ce qui suit avec sa soumission :</p> <ul style="list-style-type: none"> i) une description de la stratégie; ii) une copie des offres d'emploi ou autres documents de dotation ou de recrutement démontrant la conformité du critère. 		
Nombre maximal de points	7 points	Note du soumissionnaire	17
Minimum de points	4 points		
Total des points (CTC1 + CTC2 + CTC3 + CTC4 + CTC5 + CTC6)			157

4.1.2 Évaluation financière

Seules les propositions techniques jugées recevables feront l'objet d'une évaluation financière.

Le prix des soumissions sera évalué en dollars canadiens, les taxes applicables non comprise.

Pour les besoins de cette évaluation, l'annexe E – Base de paiement, sera utilisée. Le soumissionnaire doit fournir des prix fermes tout compris pour les services pour lesquelles il propose conformément à la demande de soumissions, pour la période de contrat initiale et la période d'option.

Le « PRIX TOTAL ÉVALUÉ » à l'annexe E, Base de paiement, sera calculé en additionnant le total de la période initiale du contrat (Tableau A) et le total de l'année d'option (Tableau B). La somme des deux lignes sera utilisée pour déterminer l'évaluation financière.

4.2 Méthode de sélection

4.2.1 Méthode de sélection – Meilleure note combinée pour le mérite technique et le prix

4.2.1.2 Pour être déclarée recevable, une soumission doit :

- a) respecter toutes les exigences de la demande de soumissions;
- b) respecter tous les critères obligatoires;

- c) obtenir le nombre minimal de points, soit 34, pour l'ensemble des critères d'évaluation technique cotés.

L'échelle de cotation compte 57 points.

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

4.2.1.4 La sélection sera faite en fonction de la meilleure note combinée pour le mérite technique et le prix. Une proportion de 70% sera accordée au mérite technique et une proportion de 30 % sera accordée au prix.

4.2.1.5 Pour établir la note du mérite technique, la note technique globale de chaque soumission recevable sera déterminée comme suit : nombre total de points obtenus/nombre maximum de points possible, multiplié par 70%.

4.2.1.6 Pour déterminer la note relative au prix, la note de chaque soumission recevable sera calculée au prorata par rapport au prix évalué le plus bas, multiplié par 30%.

4.2.1.7 Pour chaque soumission recevable, les notes attribuées au mérite technique et au prix seront additionnées afin d'obtenir la note combinée.

4.2.1.8 Le contrat ne sera pas nécessairement attribué au soumissionnaire dont la soumission recevable présente la note la plus élevée sur le plan technique ou présente le prix le plus bas. La soumission recevable qui obtiendra la meilleure note combinée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution d'un contrat.

Le tableau ci-dessous présente un exemple où les trois soumissions sont recevables et où la sélection de l'entrepreneur se fait en fonction d'un ratio de 60/40 à l'égard du mérite technique et du prix, respectivement. Le nombre total de points pouvant être accordé est de 135, et le prix évalué le plus bas est de 45 000 \$ (45).

Méthode de sélection – Meilleure note combinée pour le mérite technique (70%) et le prix (30%)

		Soumissionnaire 1	Soumissionnaire 2	Soumissionnaire 3
Note technique globale		115/135	89/135	92/135
Évaluation du prix de la soumission		55 000 \$	50 000 \$	45 000 \$
Calculs	Note pour le mérite technique	$115/135 \times 70 = 59,53$	$89/135 \times 70 = 46,15$	$92/135 \times 70 = 47,70$
	Note pour le prix	$45/55 \times 40 = 24,55$	$45/50 \times 30 = 27,00$	$45/45 \times 30 = 30,00$
Note combinée		84,18	73,15	77,70
Évaluation globale		1 ^{er}	3 ^e	2 ^e



PARTIE 5 – ATTESTATIONS ET RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES

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

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

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

5.1 Attestations exigées avec la soumission

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

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

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

5.2 Attestations préalables à l'attribution du contrat et renseignements supplémentaires

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

5.2.1 Dispositions relatives à l'intégrité – documentation exigée

Conformément à l'article intitulé Renseignements à fournir lors d'une soumission, de la passation d'un contrat ou de la conclusion d'un accord immobilier de la [Politique d'inadmissibilité et de suspension](#), le soumissionnaire doit présenter la documentation exigée, s'il y a lieu, afin que sa soumission ne soit pas rejetée du processus d'approvisionnement.



5.2.2 Dispositions relatives à l'intégrité – Liste de noms

Conformément aux Dispositions relatives à l'intégrité des Instructions générales, tous les soumissionnaires doivent fournir une liste de noms dûment remplie dans le formulaire de vérification de l'intégrité se trouvant sur le site [Web du régime d'intégrité](#), afin que leur proposition soit prise en compte dans le cadre du processus d'approvisionnement.

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

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

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

Attestation

En présentant sa soumission, le soumissionnaire atteste que les renseignements qu'il a fournis pour répondre aux exigences ci-dessus sont exacts et complets.

5.2.4 Statut et disponibilité du personnel

Le soumissionnaire atteste que, s'il obtient le contrat découlant de la demande de soumissions, chaque personne proposée dans sa soumission sera disponible pour exécuter les travaux, comme il a été exigé par les représentants du Canada, au moment indiqué dans la demande de soumissions ou convenu avec ces derniers. Si pour des raisons hors de son contrôle, le soumissionnaire est incapable de fournir les services d'une personne désignée dans sa soumission, le soumissionnaire peut proposer un remplaçant possédant des compétences et une expérience similaires. Le soumissionnaire doit aviser l'autorité contractante de la raison pour le remplacement et fournir le nom, les compétences et l'expérience du remplaçant proposé. Pour les besoins de cette clause, seules les raisons suivantes seront considérées comme étant hors du contrôle du soumissionnaire : la mort, la maladie, le congé de maternité, le congé parental, la retraite, la démission, le congédiement justifié ou la résiliation par manquement d'une entente.

Si le soumissionnaire a proposé un individu qui n'est pas un employé du soumissionnaire, le soumissionnaire atteste qu'il a la permission de la personne d'offrir ses services pour l'exécution des travaux et de soumettre son curriculum vitæ au Canada. Le soumissionnaire doit, sur demande de l'autorité contractante, fournir une confirmation écrite, signée par la personne, de la permission donnée au soumissionnaire ainsi que de sa disponibilité.



5.2.5 Études et expérience

Le soumissionnaire atteste qu'il a vérifié tous les renseignements fournis dans les curriculum vitæ et les documents à l'appui présentés avec sa soumission, plus particulièrement les renseignements relatifs aux études, aux réalisations, à l'expérience et aux antécédents professionnels, et que ceux-ci sont exacts. En outre, le soumissionnaire garantit que chaque personne qu'il a proposée est en mesure d'exécuter les travaux prévus dans le contrat subséquent.



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

6.1 Exigences relatives à la sécurité

Il n'y a aucune exigence en matière de sécurité associée au présent besoin.

6.2 Exigences en matière d'assurance

Il incombe au contractant de décider si une couverture d'assurance est nécessaire pour remplir ses obligations au titre du contrat et pour garantir le respect de toute loi applicable. Toute assurance souscrite ou maintenue par le contractant l'est à ses propres frais et pour son propre bénéfice et sa propre protection. Elle ne libère pas le contractant de sa responsabilité au titre du contrat et ne la réduit pas.



PARTIE 7 – CLAUSES DU CONTRAT SUBSÉQUENT

ANNEXE A – CONDITIONS GÉNÉRALES

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

A1. Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat

Toutes les instructions, clauses et conditions identifiées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre sont reproduites dans le Guide des clauses et conditions uniformisées d'achat (CCUA) de Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) et dans le Manuel des modalités et des conditions contractuelles de Citoyenneté et Immigration Canada.

A1.1 Une version électronique du [Guide des CCUA](#) est accessible sur le site Web Achats.

A1.2 Une version électronique du Manuel des modalités et des conditions contractuelles de Citoyenneté et Immigration Canada (CIC) est accessible sur le site [Web de CIC](#).

A2 Modalités du contrat

A2.1 Les instructions, clauses et conditions générales identifiées dans la demande de soumissions par un numéro, une date et un titre sont incorporées par renvoi dans le présent contrat et en font partie intégrante, comme si elles y étaient formellement reproduites, sous réserve des autres conditions contenues dans la présente.

A3. Conditions générales

A3.1 Le document [CIC-GC-001 \(2024-01-10\)](#), Conditions générales – Marchés de biens et de services de complexité moyenne ou élevée, s'applique au présent contrat et en fait partie intégrante.

ANNEXE B – CONDITIONS SUPPLÉMENTAIRES

B1. Ordre de priorité des documents

En cas d'incompatibilité entre le libellé des textes énumérés dans la liste, c'est le libellé du document qui apparaît en premier sur la liste qui l'emporte.

- a) Les articles de la convention;
- b) Annexe B – Conditions supplémentaires;
- c) Annexe A – Conditions générales;
- d) Annexe C – Modalités de paiement;
- e) Annexe D – Énoncé des travaux;
- f) Annexe E – Base de paiement;
- g) Annexe F – Renseignements sur le fournisseur et autorisation
- h) La proposition de l'entrepreneur datée du _____ (à déterminer).

B2. Clauses de CIC

Les modalités et conditions de Citoyenneté et Immigration Canada qui suivent sont incorporées par renvoi et font partie intégrante du présent contrat.

N°	Date	Titre
CIC-SC-002 (2015-02-16), Le Canada détient les droits de propriété intellectuelle (PI) sur les renseignements originaux		

B3. Clauses du Guide des CCUA

Les clauses suivantes du Guide des CCUA sont incorporées par renvoi et font partie intégrante du présent contrat.

N°	Date	Titre
A9117C	2007-11-30	T1204 – Demande directe du ministère client
A9116C	2007-11-30	T1204 – Information à transmettre par l'entrepreneur
C0705C	2010-01-11	Vérification discrétionnaire des comptes

B4. Exigences en matière de sécurité

Il n'y a aucune exigence en matière de sécurité associée au présent besoin.

B5. Période du contrat

La période du contrat s'étend de la date de l'attribution au 31 mars 2025.

B5.1 Option de prolongation du contrat

L'entrepreneur accorde au Canada le droit irrévocable de prolonger la durée du contrat pour au plus une période supplémentaire de un an. L'entrepreneur accepte, au cours de la durée



prolongée du contrat, d'être payé conformément aux dispositions applicables prévues à l'annexe E – Base de paiement.

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

B6. Résiliation avec avis de trente (30) jours

1. Le Canada se réserve le droit de résilier à n'importe quel moment le contrat, en tout ou en partie, en donnant par écrit un avis de trente (30) jours civils à l'entrepreneur.
2. En cas de résiliation, le Canada paiera uniquement les coûts engagés pour les services rendus et acceptés par le Canada avant la date de la résiliation. Malgré toute autre disposition du contrat, aucun autre coût résultant de la résiliation ne sera payé à l'entrepreneur.

B7. Attestations / Conformité et renseignements supplémentaires

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

B8. Exigences en matière d'assurance

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

B9. Énoncé des travaux

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

B10. Responsables

B10.1 Autorité contractante

L'autorité contractante pour le contrat est :

<L'autorité contractante pour le contrat doit être désignée lors de l'attribution du contrat.>

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



B10.2 Chargé de projet

Le chargé de projet pour le contrat est :

<Le chargé de projet pour le contrat doit être désigné lors de l'attribution du contrat.>

Le chargé de projet représente le ministère ou l'organisme pour lequel les travaux sont exécutés dans le cadre du contrat. Il est responsable de toutes les questions liées au contenu technique des travaux prévus dans le contrat. On peut discuter des questions techniques avec le chargé de projet; cependant, celui-ci n'a pas le pouvoir d'autoriser des changements concernant la portée des travaux. Les changements de cet ordre peuvent uniquement être effectués au moyen d'une modification au contrat émise par l'autorité contractante.

B10.3 Responsable technique

<Le responsable technique pour le contrat doit être désigné lors de l'attribution du contrat.>

Le responsable technique est chargé de fournir des conseils sur les exigences techniques et les livrables.

B10.4 Représentant de l'entrepreneur

<Le représentant de l'entrepreneur pour le contrat doit être identifié lors de l'attribution du contrat>

B11. Divulgence proactive de marchés conclus avec d'anciens fonctionnaires

En fournissant de l'information sur son statut en tant qu'ancien fonctionnaire touchant une pension en vertu de la [Loi sur la pension de la fonction publique](#) (LPFP), l'entrepreneur a accepté que cette information soit publiée sur les sites Web des ministères, dans le cadre des rapports de divulgation proactive des marchés, et ce, conformément à l'[Avis sur la Politique des marchés : 2012-2](#) du Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada.



ANNEXE C – MODALITÉS DE PAIEMENT

C1. Base de paiement

À condition de remplir de façon satisfaisante toutes ses obligations en vertu du contrat, l'entrepreneur sera payé un prix ferme comme spécifié dans l'Annexe « E » Base de Paiements pour un montant de _____ \$ (*insérer le montant au moment de l'attribution du contrat*). Les droits de douane et les taxes applicables sont en sus.

Le Canada ne paiera pas l'entrepreneur pour tout changement à la conception, toute modification ou toute interprétation des travaux, à moins que ces changements à la conception, ces modifications ou ces interprétations n'aient été approuvés par écrit par l'autorité contractante avant d'être intégrés aux travaux.

C2. Mode de paiement

Le Canada paiera l'entrepreneur lorsque les travaux seront terminés et livrés conformément aux dispositions de paiement du contrat si :

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

C3. Taxes applicables

Les taxes applicables ne sont pas comprises dans les montants indiqués dans la base de paiement. Les taxes applicables, qui sont évaluées à _____ \$ (**à déterminer au moment de l'attribution du contrat**), sont comprises dans le montant total du contrat. Dans la mesure où elles s'appliquent, les taxes doivent être indiquées séparément dans toutes les factures et demandes d'acompte et seront acquittées par le Canada. L'entrepreneur accepte de remettre aux autorités fiscales appropriées les sommes acquittées ou exigibles au titre de taxes applicables.

C4. Instructions relatives à la facturation

1. L'entrepreneur doit soumettre ses factures conformément à l'article intitulé « Soumission des factures » des conditions générales. Les factures ne peuvent pas être soumises tant que les travaux identifiés sur la facture ne sont pas terminés. Chaque facture doit être appuyée par :
 - a) une copie du document de sortie et de tout autre document spécifié dans le contrat;
2. Les factures doivent être réparties comme suit :
 - a) L'originale et une (1) copie doivent être envoyés à l'adresse suivante pour certification et paiement:
IRCC.FINInvoices.FacturesFIN.IRCC@cic.gc.ca



C5. Frais de déplacement et de subsistance

« Le Canada n'accepte aucuns frais de déplacement et de subsistance pour :

les travaux réalisés à l'intérieur de la région de la capitale nationale (RCN). La RCN est définie dans la [Loi sur la capitale nationale](#), L.R. 1985, ch. N-4 1985, art. 2, laquelle peut être consultée sur le site Web du ministère de la Justice;

tout déplacement entre l'établissement de l'entrepreneur et la RCN;

toute réinstallation de personnel exigée pour répondre aux conditions du contrat.

Ces frais sont inclus dans le prix ferme pour les honoraires professionnels précisés ci-dessus. »



ANNEXE D – ÉNONCÉ DES TRAVAUX

1. Titre

Campagne de marketing expérientiel pour Expérience Internationale Canada (EIC).

2. Objectif

Ces travaux ont pour objectif d'élaborer et de mettre en œuvre une approche de marketing expérientiel pour le programme Expérience internationale Canada (EIC). Le but est de créer des expériences interactives qui interpellent à la fois les publics cibles voyageant à l'extérieur du pays (Canadiens) et ceux qui viennent au pays (étrangers). Ce travail sera axé à 70 % sur le public voyageant à l'extérieur du pays (c'est-à-dire les jeunes Canadiens) et à 30 % sur le public qui vient au Canada (c'est-à-dire les jeunes étrangers). De plus, le volet du public qui vient au Canada sera entièrement virtuel. Voici les principaux objectifs de cette campagne : accroître la sensibilisation, renforcer la mobilisation, encourager la participation au programme EIC et établir des partenariats stratégiques pour amplifier la portée et l'incidence des efforts de marketing déployés.

3. Contexte

EIC est un programme du gouvernement du Canada qui gère des accords sur la mobilité des jeunes avec plus de 30 pays et territoires. EIC donne aux jeunes la possibilité de travailler et de voyager à l'étranger - une occasion qui ne serait pas possible autrement, car la plupart des pays n'autorisent pas les jeunes étrangers à travailler ou même à rester pour une longue période. EIC permet aux jeunes Canadiens d'obtenir plus facilement des permis de travail pour travailler et voyager dans nos pays et territoires partenaires. Ce programme permet aux jeunes participants canadiens dans d'autres pays d'acquérir une expérience professionnelle à l'étranger, ce qui est bénéfique pour leur future carrière sur le marché du travail canadien et contribue à bâtir un Canada plus fort en favorisant une meilleure compréhension interculturelle et la création d'une société intégrée.

Cette campagne a pour but de mieux faire connaître le programme EIC et de promouvoir les avantages découlant des possibilités de travailler et de voyager dans les pays étrangers. Depuis la pandémie, la participation au programme a diminué. Le Canada doit faire face à la concurrence d'autres pays pour inciter les jeunes étrangers à participer à des programmes vacances-travail, à des programmes coopératifs et à des stages. Bien que l'on observe actuellement une hausse du nombre de participants, il est justifié d'axer les activités de promotion sur des pays en particulier où la participation a été faible ou continue de l'être. En 2022, 20 pays partenaires n'ont pas atteint leur quota, dont 8 ont utilisé moins de 50 % de leur quota. Une comparaison des données entre les années sur l'autre révèle une baisse du taux de participation dans ces pays. De plus, le nombre de jeunes Canadiens partant à l'étranger en 2021 a chuté d'environ 70 % par rapport à 2019 (selon les données disponibles). Par conséquent, EIC met l'accent sur la sensibilisation au programme en trouvant des moyens de mobiliser les jeunes et de les encourager à profiter des avantages des expériences à l'étranger.



Cette campagne viendra compléter une campagne publicitaire qui sera lancée en janvier 2024 et une campagne de marketing d'influence qui sera lancée en février 2024.

EIC cherche à étendre ses efforts de marketing en misant sur des approches expérientielles. Il s'agira de créer des expériences immersives qui font connaître efficacement les avantages et les possibilités que le programme offre aux jeunes. L'initiative s'appuie sur des événements en personne et en mode virtuel auxquels EIC participe déjà, notamment des conférences d'étudiants, des salons de l'emploi, etc.

4. Messages clés

- EIC facilite les possibilités de travail et de voyage pour les jeunes Canadiens dans plus de 30 pays et territoires partenaires, ce qui leur permet de vivre des expériences qui les prépareront à la réussite dans une économie mondialisée.
- EIC est une source fiable pour les candidats qui se préparent à entreprendre le processus de demande.
- Le travail et les voyages à l'étranger aident les jeunes Canadiens à s'épanouir sur le plan personnel, à élargir leurs perspectives sur le monde et la place qu'ils y occupent, et à accroître leur sensibilité à la diversité culturelle.
- Commencez votre prochaine aventure avec EIC. Explorez ce que le monde a à vous offrir.

5. Public cible

- Les participants canadiens potentiels, y compris les personnes issues des communautés autochtones et 2SLGBTQIA+, âgés de 18 à 35 ans (16 à 35 ans provenant de divers milieux scolaires, comme les écoles, les établissements universitaires et les organismes jeunesse, pour mobiliser les jeunes avant leur admissibilité au programme).
- Les millénariaux (24 à 35 ans) souhaitent voyager à nouveau et obtenir un permis de travail auprès d'un programme gouvernemental de confiance. EIC donne aux jeunes Canadiens l'occasion de vivre des expériences immersives authentiques – les témoignages, la preuve sociale et une attention particulière au message sont essentiels.
- Les membres de la génération Z (18 à 24 ans) sont ouverts à l'expérimentation. EIC leur donne la possibilité d'explorer, d'expérimenter et de vivre leur rêve.

6. Tâches

Le fournisseur est tenu de fournir des services qui peuvent comprendre notamment les suivants :

- superviser la vie du projet afin de garantir la qualité du travail et de s'assurer que les délais, les budgets et les ressources en personnel sont respectés;
- élaborer une stratégie et une approche créative pour renforcer la présence d'EIC lors d'événements en mode virtuel et en personne en utilisant des techniques de marketing expérientiel;
- assister aux séances d'information et aux réunions des clients, fournir des rapports d'étape détaillant les budgets et les échéanciers, préparer des estimations aux fins d'approbation, donner des conseils sur les écarts budgétaires et faciliter le processus de production;
- veiller à ce que tous les éléments créatifs soient approuvés par le chargé de projet avant la production;



- produire des rapports mensuels sur les coûts, y compris la ventilation en fonction du personnel, des ressources, des déplacements et des tarifs;
- fournir tous les produits livrables demandés, lesquels sont indiqués plus en détail dans les sections ci-dessous.

7. Services de création et de production

Le fournisseur doit planifier et exécuter diverses activités de marketing expérientiel, notamment les suivantes :

- Produits de marketing expérientiel :
 - Installations interactives :
 - conception et réalisation d'installations interactives, souvent dans le but de mobiliser et de captiver le public
 - Production et gestion d'événements
 - Expériences de réalité virtuelle (RV) :
 - créer des environnements de RV immersifs, des simulations ou des visites interactives qui permettent aux participants d'établir un lien avec la marque EIC et l'occasion que le programme offre dans un espace virtuel
 - Applications de réalité augmentée (RA) :
 - élaboration d'applications de RA qui superposent du contenu numérique au monde réel, améliorant les expériences physiques et ajoutant des éléments interactifs liés à EIC
 - Production vidéo pour les écrans interactifs :
 - production de vidéos ou de contenus multimédias pour des affichages interactifs, des écrans numériques ou des points de contact avec lesquels le public cible peut interagir lors d'un événement ou à une borne
 - Bornes interactives et écrans tactiles :
 - concevoir et produire des bornes interactives ou des écrans tactiles qui présentent EIC et ses messages clés, permettant au public d'explorer le contenu et d'interagir celui-ci
 - Production d'expériences sensorielles :
 - créer des expériences multisensorielles en incorporant des éléments comme des odeurs, des textures, des sons ou des goûts qui interpelleraient les publics cibles d'EIC et amélioreraient leur expérience globale
 - Environnements et décors thématiques :
 - conception et construction d'environnements ou de décors immersifs sur un thème ou un concept en particulier, offrant une expérience de marque cohérente et stimulante
 - Ateliers et cours interactifs :
 - créer et gérer des ateliers interactifs ou en personne, des cours ou des séances éducatives où les participants peuvent en apprendre davantage sur EIC
- Produits électroniques* :
 - graphiques Web, fonctions interactives, bannières et boutons
 - éléments visuels pour les médias sociaux
 - infographies



- vidéos en ligne
- autres médias numériques, le cas échéant
 - * *Veillez prendre note qu'IRCC a mis en place une identité visuelle cohésive pour les produits d'EIC. Des cadres créatifs et des éléments conceptuels seront fournis afin de donner des orientations pour toute production, en assurant la concordance et la cohérence par rapport aux éléments conceptuels qui existent déjà.*
- Produire des concepts créatifs sous forme de maquettes, de scénarimages ou de scripts.
- Rédiger et réviser des textes, y compris des copies, pour toutes les ébauches jusqu'à la version finale des documents.
- Fournir des services de révision et de relecture.
- Traduire/adapter tous les textes des ébauches dans l'autre langue officielle et dans la ou les langues non officielles jusqu'à la version finale des documents.

8. Évaluation

Le fournisseur doit évaluer l'efficacité des efforts de marketing expérientiel déployés en effectuant une analyse quantitative et qualitative des indicateurs clés de rendement, y compris les suivants :

Pour les tactiques en personne :

- Perception de la marque : évaluer l'évolution de la perception de la marque EIC et des associations chez le public, en déterminant si la campagne a effectivement véhiculé l'image de marque souhaitée.
- Temps consacré aux expériences : mesurer le temps moyen consacré par les visiteurs aux expériences interactives ou aux activations, ce qui reflétera le niveau de participation et d'intérêt.
- Participation des clients : assurer un suivi du nombre d'interactions concrètes avec la marque, p. ex., les visites de stands, la participation à des jeux-questionnaires, etc.
- Participation en personne : évaluer le niveau de participation et d'intérêt manifesté par les visiteurs lors de la campagne de marketing expérientiel, y compris le nombre de participants potentiels au programme recensés et la qualité des interactions.

Pour les tactiques virtuelles :

- Impressions : déterminer le nombre de fois où le matériel de marketing a été affiché sur diverses plateformes, ce qui donnera un aperçu de la visibilité globale de la campagne.
- Mobilisation : évaluer le niveau d'interaction et de participation du public en réponse aux tactiques de marketing, comme les interactions aux stands, les participations aux concours et les interactions sur les médias sociaux.

Remarque : L'équipe des médias sociaux d'IRCC fournira les données pour Reach, qui mesure le nombre total de personnes exposées aux campagnes de marketing sur différents modes de diffusion, y compris les plateformes de médias sociaux, les sites Web et les événements hors ligne.



9. Produits livrables

Le fournisseur doit fournir des services de marketing, d'élaboration de stratégies, de création, de production, de gestion de compte et d'administration pour soutenir les campagnes d'IRCC :

Période initiale du contrat : de la date d'attribution du contrat au 31 mars 2025.

Une (1) année d'option : du 1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026.

10. Principaux jalons de la mise en œuvre

Période initiale du contrat:

- Organiser une réunion de lancement pour s'assurer que tous les membres de l'équipe comprennent leur rôle et leurs responsabilités, ainsi que les objectifs de la campagne.
- Recherche approfondie :
 - IRCC donnera une vue d'ensemble du programme EIC et des détails concernant la réunion de lancement en décrivant les objectifs particuliers, les publics cibles et les résultats souhaités pour la campagne de marketing expérientiel.
 - L'entrepreneur doit effectuer des recherches et une analyse approfondie des publics et des besoins.

Proposition, élaboration du concept et planification du budget

- Plan global avec des ébauches de concepts : La tâche principale du fournisseur consiste à élaborer et présenter un plan complet qui comprend des ébauches de concepts afin d'assurer la concordance avec les objectifs du programme Expérience internationale Canada et de trouver écho auprès du public cible. Le plan doit couvrir tous les éléments de la coordination de l'événement, p. ex. l'approvisionnement et la logistique de l'événement et l'embauche d'ambassadeurs de la marque.
- Le plan doit décrire les principales responsabilités suivantes des ambassadeurs de la marque dans le cadre de la campagne de marketing expérientiel :
 - Être la figure emblématique et le porte-parole de la marque;
 - Interagir en personne avec les consommateurs pour leur faire vivre des expériences concrètes;
 - Créer des moments stimulants et interactifs qui transmettent les messages clés d'EIC;
 - Promouvoir le programme EIC à différents endroits;
 - Distribuer des articles promotionnels et des échantillons, s'il y a lieu.
- L'entrepreneur doit préciser le nombre d'ambassadeurs de la marque requis pour la campagne, décrire les critères de sélection utilisés pour leur recrutement et préciser le processus d'approbation afin de s'assurer qu'il est conforme aux valeurs et aux objectifs du programme Expérience internationale Canada.



- Matériel accessoire : proposer du matériel accessoire pour appuyer le plan et les concepts.
- Budget et affectation des ressources : dans le plan, le fournisseur doit fournir un budget détaillé et une répartition des ressources à l'appui des concepts proposés.
- Processus d'approbation : au cours de cette étape, le fournisseur doit solliciter l'approbation du plan et des concepts. On s'attend à obtenir au moins trois projets, avec d'autres projets au besoin aux fins d'harmonisation avec le processus d'approbation d'IRCC.

Exécution

- Conception et exécution du matériel accessoire : une fois le plan et les concepts approuvés, le fournisseur doit procéder à la conception et à l'exécution du matériel accessoire et déployer les efforts de marketing expérientiel.
- Élaboration de prototypes interactifs : le fournisseur doit élaborer des prototypes ou des démonstrations interactives. Ces prototypes donneront un aperçu concret des éléments expérientiels proposés.
- Intégrer les commentaires formulés par IRCC : le fournisseur doit apporter des modifications et des améliorations en fonction des commentaires du chargé de projet.
- Logistique, y compris le transport de l'équipement et du matériel vers et depuis les lieux de l'événement.
- Mise en œuvre/exécution de la campagne.
- Déploiement de l'expérience interactive :
 - Soutien logistique : transport de l'équipement et du matériel vers et depuis les lieux de l'événement.
 - Installation et essais : veiller à ce que tous les composants interactifs et les prototypes soient correctement installés et soumis à des essais rigoureux afin de garantir un rendement optimal pendant la campagne.
 - Dépannage, s'il y a lieu.
 - Approche réactive pour traiter les problèmes techniques ou expérientiels au fur et à mesure qu'ils surviennent.
 - Accent sur le recensement et la résolution des problèmes en temps réel pour garantir une expérience agréable.
- Présentation et interaction en direct :
 - Déroulement de l'événement : recruter et embaucher des ambassadeurs de la marque pour effectuer des présentations en direct, participer à des séances interactives et effectuer des démonstrations dans le cadre de la campagne expérientielle afin de faire participer efficacement les participants.
 - Compilation des commentaires du public : adopter une approche proactive pour améliorer l'expérience en encourageant les participants à formuler immédiatement des commentaires, ce qui permet d'effectuer des ajustements et d'apporter rapidement des améliorations en fonction de renseignements recueillis en temps réel.
- Évaluation après la campagne.
- Collecte et analyse de données :



- Mesures de la mobilisation : recueillir des données complètes sur la mobilisation du public, les taux de participation et d'autres paramètres pertinents afin d'évaluer le succès de la campagne.
- Analyse des commentaires : analyser les commentaires des participants, d'EIC et d'autres intervenants afin de dégager les points forts, les faiblesses et les points à améliorer.
- Rapport après la campagne :
 - Résumé du rendement : préparer un rapport détaillé résumant le rendement de la campagne, en soulignant les indicateurs clés, les commentaires formulés par les participants et les succès obtenus.
 - Idées et recommandations : fournir des renseignements et des recommandations exploitables pour les campagnes futures, en s'appuyant sur les leçons apprises dans le cadre de cette mise en œuvre.

Année d'option:

- Collaboration et améliorations continues :
 - L'année d'option supplémentaire permet au fournisseur de mettre en œuvre des améliorations sur les concepts, les stratégies, les éléments de la campagne en fonction des données et des commentaires recueillis au courant de l'année précédente. C'est l'occasion de tirer profit des leçons apprises lors des exécutions précédentes, en optimisant les éléments interactifs, les stratégies de contenu et les techniques de mobilisation pour obtenir de meilleurs résultats et garantir que la campagne reste efficace et conforme à la mission d'EIC.
- Portée et visibilité plus importantes :
 - Une année supplémentaire permet d'étendre les activités promotionnelles et d'accroître la portée et la visibilité de la campagne sur différents modes de diffusion et plateformes.
 - Elle donne plus de temps pour mobiliser un public plus vaste et créer une impression durable, en attirant éventuellement de nouveaux intervenants et partenaires.

11. Contraintes relatives au travail et au contrat

Le fournisseur doit être conscient des contraintes suivantes, puisqu'elles influent sur la manière dont le travail devra être effectué.

Politiques, lois et normes

Pour garantir l'intégrité et l'efficacité des campagnes, le fournisseur doit offrir des services et produire du contenu conformément aux politiques administratives du gouvernement du Canada (GC) établies par le Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT), notamment :

- A. La Politique sur les communications et l'image de marque, afin de garantir que les communications dans l'ensemble du GC sont bien coordonnées, sont gérées efficacement et répondent aux divers besoins en information du public, et que le GC est visible et facile à reconnaître pour le public.



- B. La Politique des marchés visant à assurer la qualité et la valeur des travaux confiés en sous-traitance.
 - 1. L'entrepreneur peut confier en sous-traitance la fourniture de biens ou de services qu'il sous-traite normalement. Dans tous les autres cas, il doit obtenir l'accord préalable écrit de l'autorité contractante. L'autorité contractante peut exiger que l'entrepreneur lui fournisse les détails qu'elle juge nécessaires relativement au contrat de sous-traitance proposé.
 - 2. La sous-traitance n'a pas pour effet de dégager l'entrepreneur de ses obligations en vertu du contrat ni d'imposer, au Canada, des responsabilités envers un sous-traitant.
 - 3. Dans tous les contrats de sous-traitance, l'entrepreneur s'engage à obliger les sous-traitants à respecter les mêmes conditions que celles auxquelles il est soumis conformément au contrat, à moins que l'autorité contractante demande ou consente à ce qu'il en soit autrement. Cela exclut les exigences du Programme de contrats fédéraux pour l'équité en matière d'emploi, qui ne s'appliquent qu'à l'entrepreneur.
- C. La *Loi sur les langues officielles* (articles 11, 30 et 41) et la Politique sur les langues officielles, afin d'assurer la conformité de toutes les communications.
 - 1. De plus, les institutions doivent respecter l'engagement du gouvernement du Canada, énoncé dans la partie VII de la *Loi*, consistant à accroître la vitalité des communautés de langue officielle en situation minoritaire.
- D. La *Loi sur la protection des renseignements personnels*, pour garantir que les pratiques appropriées sur la protection de la vie privée sont intégrées et respectées dans le traitement des renseignements personnels.
- E. La Norme sur l'accessibilité des sites Web, pour garantir la conformité avec les Règles pour l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.0.

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

12. Processus d'approbation

Le chargé de projet (CP), qui représente l'équipe de la Section du marketing et de la publicité d'IRCC, sera le principal agent de liaison entre le client et le fournisseur. Il doit confirmer les résultats attendus, superviser le processus d'approbation interne et déterminer les échéances du projet. Il doit également obtenir toutes les approbations nécessaires, fournir des approbations écrites pour les produits livrables du projet, confirmer les attentes du projet et examiner les produits livrables finaux pour s'assurer qu'ils sont conformes aux exigences du projet et aux normes de qualité. Le CP doit s'assurer que le projet présente un bon rapport qualité-prix et qu'il respecte le budget et l'affectation des ressources approuvés. Le cas échéant, il peut être chargé de recevoir et d'examiner les factures des fournisseurs, en s'assurant qu'elles reflètent correctement les services fournis et qu'elles sont conformes aux conditions du contrat et au budget. Le fournisseur doit collaborer avec le CP pour établir un échéancier d'exécution et de présentation du travail, y compris les plans de campagne, les stratégies de campagne, les concepts créatifs et les rapports après la campagne. IRCC appliquera un processus d'approbation aux messages, ainsi qu'aux versions préliminaires et finales de tous les produits livrables. L'approbation finale ne sera obtenue que lorsqu'IRCC aura donné son accord par courriel. Après avoir obtenu cette approbation, le chargé de projet doit la transmettre au fournisseur. Le chargé de projet



doit obtenir les approbations des organismes centraux du GC, ainsi que des groupes concernés à IRCC et à l'extérieur de celui-ci, et de la haute direction d'IRCC. Le fournisseur pourrait être appelé à fournir des documents de présentation ou de faire des présentations à cette fin.

13. Exigences en matière de rapports

Le fournisseur doit préparer des rapports hebdomadaires sur l'état d'avancement du projet et fournir des détails sur le travail accompli au cours du mois précédent. Il devra également soumettre des rapports budgétaires mensuels décrivant le budget global et l'évolution du projet par rapport à celui-ci.

Au minimum, cela peut comprendre ce qui suit :

- Des mises à jour de l'état d'avancement du projet à fournir par courriel.
- Des rapports mensuels sur les coûts pour la première année du contrat, y compris une ventilation en fonction du personnel, des ressources, des déplacements et des tarifs.
 - L'organisme doit comptabiliser séparément le temps consacré aux différentes composantes de la campagne lors de la présentation des rapports mensuels sur les coûts.
 - Le fournisseur et le chargé de projet doivent élaborer un processus afin de consigner les activités et les coûts directs. En particulier, le fournisseur doit préciser le niveau d'effort (temps et ressources) requis pour fournir les services exigés par le Ministère.
- Des réunions en mode virtuel ou en personne, selon les besoins, avec des comptes rendus de contact fournis à IRCC après la conclusion de la réunion par courriel.

14. Procédure de contrôle de la gestion du projet

IRCC affectera un chargé de projet à la campagne et prendra les mesures suivantes :

- donner accès au chargé de projet, qui devra coordonner l'ensemble du projet, donner les orientations et les conseils nécessaires au fournisseur, et accepter et approuver les produits livrables du contrat au nom d'IRCC;
- examiner rigoureusement les documents et collaborer avec le fournisseur pour les réviser et les améliorer conformément aux processus et aux délais convenus;
- s'assurer que le projet ne comprend pas de recherche sur l'opinion publique (ROP) en travaillant avec l'équipe de la ROP interne d'IRCC pour filtrer et examiner les instruments d'enquête/questions que le fournisseur a l'intention d'utiliser afin de s'assurer qu'ils ne contiennent rien qui puisse être considéré comme de la ROP;
 - le chargé de projet ou l'équipe de la ROP doivent travailler avec le fournisseur pour proposer des solutions de rechange pour tout contenu de ce type;
- surveiller les progrès, donner les directives nécessaires et formuler des commentaires en temps opportun;
- obtenir les approbations de la direction d'IRCC, des clients internes et d'autres ministères, s'il y a lieu;
- donner accès aux documents pertinents (au besoin) :



- l'identité de marque d'EIC, notamment la couleur, le concept, le logo et tous les autres identificateurs visuels et éléments conceptuels;
- les résultats de la recherche;
- le contenu promotionnel existant, dans les deux langues officielles;
- d'autres documents de référence, jugés pertinents par le chargé de projet.

15. Déplacements

Tous les coûts liés aux déplacements, comme le transport et l'hébergement, doivent être inclus dans la soumission. Aucun montant supplémentaire ne sera payé une fois le contrat en place.

16. Disponibilité du personnel

L'entrepreneur, ses employés et ses sous-traitants doivent être disponibles pour commencer à exécuter les travaux à partir de la date d'attribution du contrat et le demeurer pendant toute la durée du contrat.

17. Diversité

IRCC s'engage à rendre notre ministère plus inclusif pour tout le monde et à favoriser une culture de travail équitable qui valorise la diversité et crée un environnement accueillant et enrichissant pour tous. Nous encourageons les entreprises qui travaillent avec nous à refléter ces valeurs. De plus amples informations peuvent être trouvées à l'adresse suivante :

[Diversité et équité en matière d'emploi - Canada.ca](https://www.canada.ca/fr/immigration-refugee-citoyennete/services/emploi-diversite-equite.html)

ANNEXE E – BASE DE PAIEMENT

Durant la période du contrat, l'entrepreneur sera payé tel qu'il est précisé ci-dessous pour les travaux exécutés en vertu du contrat.

Tous les livrables sont franco à bord (FAB) destination, droits de douane canadiens compris et les taxes applicables sont en sus.

Aux fins de l'évaluation des soumissions et de la sélection de l'entrepreneur ou des entrepreneurs seulement, le prix évalué d'une soumission sera déterminé conformément à l'annexe E – Base de paiement.

La responsabilité totale du Canada envers l'entrepreneur, en vertu du présent contrat, ne doit pas dépasser la somme de **678,000.00\$, y compris toutes les options, les dépenses de déplacements et les taxes applicables.**

Toute proposition coût/prix dépassant le total indiqué ci-dessus rendra la proposition coût/prix du soumissionnaire non recevable et éliminée de la compétition.

Le soumissionnaire doit remplir ce barème de prix et l'inclure dans sa soumission financière. Le soumissionnaire doit uniquement remplir les sections requises dans le tableau de prix ci-dessous; il ne doit effectuer aucune autre modification ou substitution. Si cette directive n'est pas respectée, la réponse du soumissionnaire sera jugée non conforme et sera éliminée du processus concurrentiel.

Le prix ferme doit inclure toutes les dépenses nécessaires à l'exécution du contrat, telles qu'identifiées dans l'annexe "D" de l'Énoncé des Travaux.

Tableau A – Période de contrat initiale De la date de l'attribution du contrat au 31 mars 2025		
Services	Période du Contrat	Prix Ferme
Services de Marketing (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	De l'attribution du contrat au 31 mars 2025	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de Stratégies (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	De l'attribution du contrat au 31 mars 2025	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de Création (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	De l'attribution du contrat au 31 mars 2025	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de Productions (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	De l'attribution du contrat au 31 mars 2025	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de gestion de comptes (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	De l'attribution du contrat au 31 mars 2025	<à compléter par le soumissionnaire>

Services Administratifs (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	De l'attribution du contrat au 31 mars 2025	<à compléter par le soumissionnaire>
PRIX TOTAL ÉVALUÉ TABLEAU A (Excluant les taxes)		<à compléter par le soumissionnaire>

Tableau – Année d'option 1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026		
Services	Période de l'option	Prix Ferme
Services de Marketing (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	1 ^{er} avril 2025 au 31 mars 2026	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de Stratégies (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	1 ^{er} avril 2025 au 31 mars 2026	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de Création (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	1 ^{er} avril 2025 au 31 mars 2026	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de Productions (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	1 ^{er} avril 2025 au 31 mars 2026	<à compléter par le soumissionnaire>
Services de gestion de comptes (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	1 ^{er} avril 2025 au 31 mars 2026	<à compléter par le soumissionnaire>
Services Administratifs (Conformément à l'Énoncé des Travaux sections 6, 7, 8, 9 & 10)	1 ^{er} avril 2025 au 31 mars 2026	<à compléter par le soumissionnaire>
PRIX TOTAL ÉVALUÉ TABLEAU B (Excluant les taxes)		<à compléter par le soumissionnaire>

PRIX TOTAL ÉVALUÉ Tableau:

TABLEAU A – TOTAL (Excluant les taxes)	<à compléter par le soumissionnaire>
TABLEAU B – TOTAL ((Excluant les taxes)	<à compléter par le soumissionnaire>
PRIX TOTAL ÉVALUÉ = SOMME DE TABLEAU A + TABLEAU B (Excluant les taxes)	<à compléter par le soumissionnaire>



ANNEXE F – RENSEIGNEMENTS SUR LE FOURNISSEUR ET AUTORISATION

Nom et adresse du fournisseur

Statut juridique (constitué en personne morale, enregistré, etc.)

- Individuelle (propriétaire unique)
- Entreprise privée
- Coentreprise incorporée ou Entité corporative
- Autre (spécifier):

Numéro d'inscription aux fins de la TPS/TVH et numéro d'entreprise (Agence du revenu du Canada)

Nom et titre de la personne qui a l'autorisation de signer au nom du fournisseur

Nom en caractère d'imprimerie _____ Titre _____

Signature _____ Date _____

Point de contact central

Le fournisseur a désigné la personne suivante à titre de point de contact central pour toutes les questions portant sur la proposition de contrat, y compris la communication de tous les renseignements demandés :

Nom et titre _____

Téléphone _____ Télécopieur _____

Courriel _____

Chaque proposition doit être accompagnée d'une copie de la présente page dûment remplie et signée.