



## DEMANDE DE PROPOSITIONS AVEC NÉGOCIATIONS — ADDENDA N° 1

---

### DDPN DC-2023-AK-02 Services de veille médias

#### Date et heure limites :

8 août 2023  
14 h  
Heure du Pacifique

---

Date de publication : 28 juillet 2023      De : Service de l'approvisionnement de la CCT

---

À : Tous les fournisseurs      Courriel : [procurement@destinationcanada.com](mailto:procurement@destinationcanada.com)

---

**Voici les réponses aux questions présentées en date du 21 juillet 2023 relativement à la DDPN indiquée ci-dessus.**

- Q1. Pourriez-vous confirmer si des contenus radiophoniques, télévisuels ou imprimés seront exigés à l'extérieur du Canada (pour les États-Unis, le Royaume-Uni ou tout autre marché étranger cible)? Y a-t-il des sources en particulier qui sont requises pour le Canada, les États-Unis, le Royaume-Uni ou ailleurs à l'étranger? Les nouvelles en ligne seulement sont-elles suffisantes pour le contenu à l'étranger?

Réponse : Oui, DC exigera des nouvelles et articles imprimés au Royaume-Uni. L'information en ligne seule ne suffit pas pour mesurer nos investissements dans les publications importantes. DC n'a pas besoin de contenus radiophoniques ou télévisuels au Royaume-Uni. Voir la question 3.

- Q2. Destination Canada détient-elle actuellement une licence de la NLA pour les lecteurs d'un contenu situé au Royaume-Uni ou pour le contenu imprimé requis dans ce marché? Combien de lecteurs de contenu l'organisation compte-t-elle au Royaume-Uni?

Réponse : Oui, DC est titulaire d'une licence de la NLA. Lecteurs de contenu : seulement un à cinq.

- Q3. Veille médias, radio ou télévision – Pour gérer les volumes de contenu, serait-il préférable de concentrer les nouvelles uniquement dans les sources de première importance (comme BNN, Global, CBC radio/TV, City TV et CTV)? Pourrait-il y avoir d'autres canaux particuliers exigés?

Réponse : DC n'exige pas que la veille médias porte sur les contenus radiophoniques ou télévisuels au Royaume-Uni. Dans le cas où nous aurions investi dans un contenu télévisuel, nous saurions quand il serait diffusé et en informerions alors l'entrepreneur.

- Q4. L'article C.3.1 a) de la DDPN énonce ceci : « i. La veille quotidienne des médias offrira la souplesse nécessaire pour ajouter jusqu'à 150 sources médiatiques supplémentaires, qui seront déterminées de façon distincte par Destination Canada; ». Pourriez-vous préciser si ces 150 sources constitueront la totalité des sources exigées pour le rapport quotidien sur la veille des médias, ou s'il existe une liste à part attendue comme point de départ?

Réponse : Nous ne pouvons pas confirmer à l'heure actuelle que ces 150 sources constitueront la totalité des sources exigées pour le rapport quotidien.

Q5. L'article C.3.1 a) ii. de la DDPN énonce que « [l]a veille des médias sociaux offrira la souplesse nécessaire pour ajouter jusqu'à 100 canaux différents ». Pourriez-vous nous préciser ce que vous entendez par « canaux différents »? Parle-t-on des auteurs ou des noms d'utilisateur des organes médiatiques? Ou encore, parle-t-on des canaux de médias sociaux autres que Twitter (ou Reddit, Facebook, LinkedIn, YouTube) qui seront exigés?

Réponse : DC n'exigera pas de veille quotidienne dans Reddit, Facebook, LinkedIn ou YouTube au Royaume-Uni, mais la surveillance des contenus des blogueurs de ce marché sera exigée.

Q6. L'article C.3.1 a) iii. de la DDPN énonce, pour la veille quotidienne, que « [l]a veille médias sera fondée sur une liste prédéterminée de mots-clés ». Pourriez-vous nous en dire plus au sujet des exigences relatives aux mots-clés?

Réponse : Oui, les termes de recherche seront convenus entre l'entrepreneur et DC.

Q7. Au sujet des deux rapports quotidiens, attendus à 8 h 30 (heure de l'Est) et à 9 h (UTC), pourriez-vous confirmer ce qui suit?

- Mots-clés exigés;
- Catégorisation des contenus exigée;
- Types de médias exigés – en ligne seulement, médias à l'intention des professionnels des voyages, médias imprimés, contenu de radiotélévision et médias sociaux?
- Deux rapports partiellement ou entièrement identiques? Mots-clés différents, avec exigences régionales ou quant aux types de médias différentes pour chacun? Le contenu du rapport de 8 h 30 (heure de l'Est) devra-t-il être mis à jour par rapport au rapport de 9 h (UTC)?

Réponse : Nous n'avons pas besoin de deux rapports quotidiens pour le Royaume-Uni. Les termes de recherche seront convenus entre l'entrepreneur et DC.

Q8. L'article C.3.1d) énonce qu'aux fins de la veille quotidienne des médias, le service permettra à DC de « partager le contenu rédactionnel (article ou contenu de radiotélévision) avec des intervenants touristiques clés qui y sont mentionnés ». Pourriez-vous confirmer combien de lecteurs de contenu imprimé ou de radiotélévision sous licence seront requis dans chaque marché (Canada, États-Unis, Royaume-Uni)? Pourriez-vous préciser si vous allez partager du contenu avec des intervenants externes à Destination Canada?

Réponse : En règle générale, DC ne partage aucun contenu avec des intervenants ne faisant pas partie de Destination Canada.

Q9. L'article C.3.1 h) se lit ainsi : « Notification immédiate des risques potentiels pour la réputation du Canada, de Destination Canada, en fonction des mots-clés et sujets établis, à effectuer par téléphone et par courriel dans un délai d'une (1) heure après la publication. Configuration proactive d'alertes, sur demande. » L'envoi de notifications par courriel automatisé à n'importe quel compte courriel ou appareil mobile sera-t-il suffisant pour satisfaire à cette exigence (ou l'envoi par programmation d'un courriel converti en message texte), ou faudra-t-il qu'une personne appelle au téléphone?

Réponse : Oui, les courriels sont acceptables et suffisants en temps réel. De façon générale, cela ne s'applique pas au Royaume-Uni.

Q10. Article C.3.2 a) i. – Services de communication des résultats et de mesure – Outre les données statistiques indiquées ci-après, faudra-t-il d'autres données analytiques ou analyses et informations qualitatives pour alimenter à cet égard les rapports quotidiens, mensuels, trimestriels, semestriels, annuels ou spécifiques à une campagne?

- Le nombre moyen de visiteurs quotidiens uniques sur un site Web numérique;
- Le tirage des publications imprimées, à l'exclusion de tout élément multiplicateur;
- La portée d'auditoire de radiotélévision;

- La portée et les impressions obtenues par le contenu numérique mérité sur les canaux de médias sociaux;
- Des rapports sur l'équivalence en valeur publicitaire (EVP) traditionnelle.

Réponse : Comment l'article a été généré : programme Visitons le Canada (DC, médiatisation méritée), médiatisation réactive, proactive (réunions avec les médias ou présentations, GoMedia, RVC, entrevues de DC), et publications importantes.

Q11. Article C.3.2 a) ii. – Pourriez-vous confirmer que les trois rapports quotidiens (un manuel, deux automatisés) devront être publiés sous forme de bulletin d'information présentant la liste des articles validés, et non sous forme de rapport avec graphiques et diagrammes ou données, mesures de l'impression générale, etc. pour la journée en question?

Réponse : Nous confirmons que c'est bien d'un bulletin d'information qu'il s'agit. Pour le Royaume-Uni, un seul rapport quotidien est exigé.

Q12. L'article C.3.2 c) énonce que doit être fourni un « [a]ccès illimité en "libre-service" à des rapports d'évaluation complets, au moyen d'un tableau de bord en ligne (processus automatisé) facile à gérer et à utiliser. » Pourriez-vous confirmer que l'équipe souhaite l'accès à une plateforme de veille médias permettant la création et l'automatisation de recherches ponctuelles ou la création de tableaux de bord d'analyses booléennes pour les médias traditionnels et sociaux? Quel sera le nombre exigé d'utilisateurs de plateforme?

Réponse : L'exigence est que DC puisse faire des recherches de base dans un tableau de bord à l'aide de mots-clés pour les articles dans les médias traditionnels.

Q13. À l'article C.4, il est stipulé que les rapports mensuels doivent être remis dans les deux jours ouvrables suivant la fin du mois, et dans la semaine qui suit la fin de l'année civile dans le cas du rapport annuel. Ces échéances sont-elles flexibles?

Réponse : Oui, les échéances mensuelles sont flexibles.

Q14. La préférence sera-t-elle accordée à un fournisseur déjà accepté dans le cadre de l'arrangement en matière d'approvisionnement du gouvernement fédéral selon les modalités du code 2035?

Réponse : Étant donné que Destination Canada mène son propre processus concurrentiel pour ce service et ne cherche pas à passer de marchés dans le cadre de cet arrangement fédéral, aucune préférence ne sera ainsi accordée dans le cadre de ce processus. La proposition sera évaluée selon les critères indiqués dans la DDPN.

Q15. Dans la DDPN à l'annexe 6 (Lignes directrices sur la communication des données de mesure), sous « Paramètres quantitatifs », alinéa c), il est précisé que « [les] médias de première importance seront désignés par Destination Canada. L'entrepreneur indiquera si l'élément concerné apparaît dans un des médias classés parmi ceux de première importance. » Pourriez-vous fournir cette liste des médias de première importance?

Réponse : Destination Canada considère que les médias de première importance sont ceux d'envergure nationale ou régionale. Au Canada, il s'agit du *Globe and Mail*, du *National Post* ou de l'*Ottawa Herald*. En ce qui concerne le Royaume-Uni, nous préférons ne pas communiquer de liste pour l'instant, mais nous envisageons les médias suivants comme point de départ : *Times*, *Sunday Times*, *Financial Times*, *Telegraph*, *Sunday Telegraph*, *Independent*, *The Guardian*, *Daily Mail*, *Sunday Mail*, *Wanderlust*, *Economist*, *Condé Nast Traveller*, *National Geographic* (Royaume-Uni), *Evening Standard* et *Metro*.

Q16. Dans la DDPN à l'annexe 6 (Lignes directrices sur la communication des données de mesure), sous « Critères d'analyse qualitative », alinéa a), il est question du ton ou de l'impression générale. Pourriez-vous confirmer que cette analyse qualitative ne s'appliquera qu'à la liste des médias de première importance? Sinon, y aura-t-il une autre liste de sources médiatiques prioritaires? Ou encore, faudra-t-il coder l'intégralité du contenu en y attribuant une impression générale?

Réponse : Cette exigence ne s'applique qu'à la liste des médias de première importance.

Q17. Les organismes de marketing provinciaux et territoriaux participent-ils à cette DDPN?

Réponse : Non.