



Commission canadienne
du tourisme

Canadian Tourism
Commission

Demande de propositions avec négociations

Titre du concours :	Services de veille médias
Numéro du concours :	DC-2023-AK-02
Date et heure limites :	8 août 2023 à 14 h, heure du Pacifique (HP)
Autorité contractante :	Annie Kao Conseillère en approvisionnement procurement@destinationcanada.com

Remarque : Le présent document ne peut être ni reproduit ni distribué sans l'approbation expresse et préalable du Service de l'approvisionnement de la Commission canadienne du tourisme, excepté lorsque son utilisation par un soumissionnaire répondant directement à cette demande de propositions avec négociations est autorisée.

SECTION A — INTRODUCTION

La Commission canadienne du tourisme (CCT), une société d'État fédérale qui exerce ses activités sous le nom de Destination Canada (DC), est l'organisme national de marketing touristique du Canada. DC soutient l'industrie touristique du Canada :

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

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

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

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

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

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

Pour de plus amples renseignements, consultez le site <https://www.destinationcanada.com/fr>.

A.1. Objet et intention

La présente demande de propositions avec négociations (**DDPN**) a pour objet de solliciter des propositions pour des services de veille médias. Vous trouverez les exigences détaillées dans l'énoncé de travail (section C).

Les services sont requis pour les bureaux de Destination Canada à Vancouver (siège social) et au Royaume-Uni. Destination Canada a l'intention de sélectionner le soumissionnaire qui saura le mieux répondre à ses besoins.

DC vise à conclure un accord avec le soumissionnaire pouvant servir au mieux les intérêts de DC. Au terme du processus de DDPN, le soumissionnaire retenu (l'« entrepreneur ») pourrait être appelé à collaborer avec les autres fournisseurs de services et partenaires de DC pour veiller à ce que les services de relations publiques et de communications respectent le mandat, la marque et la stratégie d'entreprise de DC.

Le présent processus d'approvisionnement n'a ni pour but ni pour effet de créer un processus d'appel d'offres officiel et juridiquement contraignant qui donnerait lieu à un « contrat A » entre chaque soumissionnaire et DC. Il vise plutôt à donner à DC l'occasion de prendre connaissance des produits ou services que les soumissionnaires peuvent offrir en réponse à son énoncé de travail. Selon le nombre de réponses et leur diversité, DC négociera par la suite avec les soumissionnaires dont elle estime que la proposition répond le mieux à ses besoins.

En soumettant sa proposition, le soumissionnaire accepte ce processus et ces négociations et reconnaît qu'il ne pourra pas déposer de réclamation contre DC relativement à l'attribution ou non d'un contrat, ou encore à une situation où DC ne donnerait pas suite à une réponse à la présente DDPN.

En résumé, la présente DDPN est publiée dans l'unique but de recevoir des propositions. DC n'est aucunement tenue de conclure un accord suivant la publication de cette DDPN ou la soumission d'une proposition. L'objet de cette DDPN consiste à établir une liste de fournisseurs aptes à répondre aux exigences de DC et avec lesquels il serait possible de négocier un accord officiel.

A.2 Durée du contrat

DC prévoit négocier avec le ou les soumissionnaires retenus un contrat d'une durée maximale de trois (3) ans avec option de reconduction annuelle, laissée à l'entière discrétion de DC, pour un mandat total n'excédant pas de plus de deux (2) ans le contrat initial. DC ne prend pas d'entente d'exclusivité, ne garantit pas le recours aux services de l'entrepreneur et ne s'avance aucunement quant à la valeur ou au volume du travail qui pourrait être attribué à l'entrepreneur.

SECTION B – CRITÈRES D'ÉVALUATION ET INSTRUCTIONS

B.1 Évaluation selon les critères impératifs

Les propositions seront d'abord évaluées en fonction des critères impératifs énoncés à la section D. Les soumissionnaires dont la proposition ne satisfait pas aux critères impératifs disposeront d'un certain temps pour corriger les lacunes décelées (la « période de rectification »). Si ces propositions satisfont aux critères impératifs au terme de la période de rectification, elles seront ensuite évaluées conformément aux critères décrits à l'article B.2. Toute proposition ne satisfaisant pas aux critères impératifs au terme de la période de rectification sera exclue du processus d'évaluation, et le soumissionnaire en sera avisé. La période de rectification commencera à la date limite de soumission des propositions et se terminera après une période définie par DC, à sa seule discrétion.

B.2 Évaluation selon les critères souhaités

Les propositions répondant aux critères impératifs seront ensuite évaluées et notées selon les critères souhaités, définis plus loin. Le comité d'évaluation de DC pourrait être formé d'employés et de consultants de DC, liés par un accord de confidentialité relativement au processus de DDPN. Ce comité d'évaluation sera responsable d'examiner et d'évaluer les propositions, puis de formuler une recommandation à la haute direction de DC quant à l'attribution du contrat.

Dans tous les cas, les décisions sur le degré de satisfaction aux critères établis ainsi que la note attribuée lors de l'évaluation sont à l'entière discrétion de DC, tant pour les propositions que pour les présentations et démonstrations.

B.2.1 Questionnaire sur les critères souhaités (section E) 40 %

Les propositions seront évaluées selon les critères souhaités susmentionnés. Les propositions qui obtiennent une note d'au moins 60 % (la « note de passage ») seront ensuite évaluées selon, entre autres, les critères techniques.

B.2.2 Évaluation technique (section F) 30 %

Après l'évaluation de la tarification proposée, DC pourrait limiter les évaluations subséquentes à un maximum de trois (3) des soumissionnaires les mieux classés (les « soumissionnaires présélectionnés »). Seules les propositions des soumissionnaires présélectionnés passeront à l'évaluation en fonction de la tarification.

B.2.3 Tarification (section G) 30 %

Total 100 %

B.2.4 Négociations

DC compte mener des négociations parallèles avec un nombre limité de soumissionnaires parmi ceux ayant obtenu les meilleurs résultats, conformément à l'article H.10, Négociations.

B.3 Instructions : soumission des propositions, déclarations d'intention et questions

B.3.1 Soumissions

Les soumissionnaires doivent soumettre leur proposition complète par courriel à l'autorité contractante au plus tard à la date et l'heure limites (la « date limite »), fixées au **8 août 2023 à 14 h (HP)**.

Toute proposition reçue après la date limite pourrait être rejetée d'emblée par DC. Les soumissionnaires assument l'entière responsabilité de la soumission de leur proposition dans les délais prescrits.

Les propositions doivent être soumises en format PDF, selon la procédure définie à l'article B.3.4 ci-après. Toutes les propositions reçues dans le cadre de cette DDPN deviendront la propriété de DC. La date et l'heure officielles de réception des propositions seront celles indiquées dans le système de messagerie électronique de DC.

B.3.2 Questions

Les soumissionnaires peuvent poser des questions par courriel en écrivant à l'autorité contractante d'ici le 21 juillet 2023 à 14 h (HP). Les questions reçues après cela pourraient ne pas être traitées.

Si DC estime, à son entière discrétion, que la réponse à certaines questions est de l'intérêt de l'ensemble des soumissionnaires, elle mettra à la disposition de tous un résumé anonyme des questions et réponses, qui prendra la forme d'une modification. Le nom de l'auteur de chacune des questions sera tenu confidentiel.

Si un soumissionnaire estime que, en divulguant l'une de ses questions et la réponse à celle-ci, DC risque de dévoiler un aspect confidentiel de sa proposition, il peut accompagner cette question d'une note expliquant pourquoi il souhaite l'exclure des questions et des réponses publiées. Si DC acquiesce à cette demande, la question sera traitée de façon confidentielle et ne sera pas publiée. En revanche, si DC rejette la demande, elle demandera au soumissionnaire de reformuler sa question ou, si cela s'avère impossible, de la retirer.

B.3.3 Déclarations d'intention

Il est recommandé aux soumissionnaires d'annoncer leur intention de soumettre une proposition (la « déclaration d'intention ») en envoyant un courriel à l'autorité contractante au plus tard le 1^{er} août 2023 à 14 h (HP).

Veuillez noter que la déclaration d'intention ne fait pas partie des exigences obligatoires. Les soumissionnaires qui omettent de l'envoyer peuvent quand même présenter leur proposition dans les délais prescrits.

B.3.4 Instructions

Toutes les propositions, déclarations d'intention et questions doivent être envoyées par courriel à procurement@destinationcanada.com, avec la mention « **DDPN DC-2023-AK-02, Services de veille médias – CONFIDENTIEL** » à la ligne objet. Les renseignements suivants doivent également figurer dans chaque message :

- Le nom de l'entreprise;
- Le nom et le poste de la personne-ressource;
- Les numéros de téléphone, de cellulaire et de télécopieur ainsi que l'adresse courriel de la personne-ressource;
- Les sections ou articles de la DDPN visés, s'il y a lieu.

Les courriels dépassant vingt (20) mégaoctets (Mo) ne seront pas acceptés. Au besoin, les soumissionnaires doivent diviser leur réponse en fichiers numérotés de taille appropriée (moins de 20 Mo). Dans leur premier courriel, les soumissionnaires doivent alors fournir les précisions sur chaque section et indiquer le nombre de courriels qu'ils comptent envoyer. Les propositions seront conservées dans un environnement informatique sécurisé à accès restreint. Elles ne seront ouvertes qu'après la date limite.

B.4 Formulaires de réponse, format et portée de la DDPN

B.4.1 Formulaires de réponse de la DDPN

Les soumissionnaires doivent remplir et inclure dans leur proposition les documents suivants :

- Annexe 1 – Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'attestation
- Annexe 2 – Formulaire de déclaration des faits importants
- Annexe 3 – Modifications
- Annexe 4 – Déclaration des sous-traitants
- Section D – Questionnaire sur les critères impératifs (s'il y a lieu)
- Section E – Questionnaire sur les critères souhaités
- Section F – Proposition de tarification (fichier distinct)

B.4.2 Format et portée de la DDPN

La présente DDPN établit les exigences, les critères souhaités et les considérations supplémentaires de DC. Dans leur proposition, les soumissionnaires doivent indiquer sans détour et en détail comment ils satisfont aux critères énoncés. Ils doivent avant tout s'assurer que leur proposition est complète, que le contenu est clair et que les éléments correspondent aux numéros d'article ou de section indiqués. Les propositions qui ne répondent pas clairement aux exigences ou ne font pas référence aux numéros d'article ou de section applicables pourraient ne pas être évaluées.

Veillez ne pas inclure d'hyperliens ou de liens vers des sites de médias sociaux (p. ex. LinkedIn), car DC ne les examinera pas systématiquement dans le cadre du processus. Toute information soumise à l'évaluation doit donc être comprise dans votre proposition écrite.

Seuls les documents fournis en réponse à la présente DDPN ainsi que les présentations ou démonstrations (s'il y a lieu) seront examinés et évalués. L'information, les propositions et les présentations déjà fournies à DC ou toute autre référence à du matériel, à de l'information ou à des présentations ne figurant pas dans votre proposition actuelle ne seront pas examinées. Les soumissionnaires ne doivent présumer d'aucune façon que DC connaît déjà leurs compétences, en dehors des renseignements fournis aux termes de la présente DDPN.

B.5 Gestion du rendement de l'entrepreneur

DC tient à nouer et à entretenir des relations solides et cordiales avec les entrepreneurs avec qui elle fait affaire afin de veiller au maintien des services essentiels ainsi qu'à l'obtention du meilleur rapport qualité-prix et des meilleurs avantages économiques pour l'ensemble de l'organisme. Ainsi, pendant la durée de tout accord éventuel, le rendement de l'entrepreneur pourrait être évalué au moyen de mesures clés de rendement.

Tout entrepreneur dont le rendement se révélerait ou se serait révélé insuffisant au cours de l'exécution d'un contrat actuel ou antérieur pourrait être considéré comme un soumissionnaire non qualifié, et sa proposition pourrait être rejetée. DC se réserve le droit d'exercer cette option si elle le juge approprié ou nécessaire.

SECTION C – ÉNONCÉ DE TRAVAIL

C.1 Introduction

La Commission canadienne du tourisme est l'organisme national de marketing touristique du Canada. En tant que société d'État appartenant au gouvernement du Canada, Destination Canada oriente les efforts de l'industrie canadienne du tourisme visant à positionner le Canada comme une destination de choix pour les voyageurs internationaux, en collaboration avec les partenaires touristiques, le secteur privé ainsi que les gouvernements et administrations publiques du Canada. Notre mission consiste à soutenir les partenaires de l'industrie ainsi qu'à accroître la notoriété du Canada et ses recettes d'exportation du tourisme dans les pays suivants : l'Allemagne, l'Australie, la Chine, la Corée du Sud, les États-Unis, la France, le Japon, le Mexique et le Royaume-Uni. Destination Canada est aussi un chef de file des renseignements : elle fournit des outils de recherche et des renseignements à l'industrie pour lui donner un avantage concurrentiel. Grâce à des stratégies de marketing fondées sur les données, les campagnes de Destination Canada trouvent un écho à l'échelle internationale en faisant la promotion du Canada comme une destination touristique quatre saisons de choix.

Pour comprendre les retombées des activités de marketing et l'impression générale suscitée par rapport à la marque du Canada, Destination Canada fait une veille des médias imprimés, sociaux et numériques dans ses marchés cibles à l'échelle nationale et internationale.

C.2 Aperçu

L'entrepreneur doit se charger de fournir des services de veille médias, de communication des résultats et de mesure pour les bureaux de Destination Canada à Vancouver (« siège social de Destination Canada ») et au Royaume-Uni.

C.3 Portée des travaux

C.3.1 Services de veille médias

L'entrepreneur effectuera une veille des médias destinés aux consommateurs de voyages et aux professionnels des voyages ainsi que des médias d'information générale, pour en rendre compte au siège social de Destination Canada, en s'intéressant particulièrement au Canada, aux États-Unis et au Royaume-Uni. L'entrepreneur fera une veille de la couverture médiatique afin de recenser le contenu rédactionnel lié aux professionnels des voyages, au tourisme et à l'art de vivre pour les destinations identifiées, et aussi en fonction de mots-clés dans des publications, des organes médiatiques et des médias sociaux principalement canadiens, américains et britanniques. L'entrepreneur fera aussi une veille du contenu et de l'information sur Destination Canada et ses activités générales dans les médias nationaux et régionaux imprimés et en ligne, les médias sociaux, les médias radiodiffusés ou télévisés, les médias à l'intention des professionnels des voyages et d'autres organes médiatiques d'information en ligne.

En ce qui a trait à la prestation de services de veille médias, l'entrepreneur sera responsable des éléments livrables suivants :

- a) Veille quotidienne (avec liens vers les articles complets), en anglais et en français, des journaux nationaux et régionaux, des magazines axés sur les affaires, des médias d'information en ligne (y compris le contenu en accès payant), des médias de radiotélévision (télévision et radio), des médias en ligne à l'intention des professionnels des voyages, des magazines de marketing en ligne et des publications sur les voyages et les loisirs se rapportant surtout au Canada et aux États-Unis, et, séparément, la même veille quotidienne pour le Royaume-Uni;

- 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;
 - ii. La veille des médias sociaux offrira la souplesse nécessaire pour ajouter jusqu'à 100 canaux de médias sociaux supplémentaires, qui seront déterminés de façon distincte par Destination Canada;
 - iii. La veille médias sera fondée sur une liste prédéterminée de mots-clés établie par DC;
 - La taille et la capacité des différentes listes de mots-clés varieront selon les besoins particuliers de chaque client;
 - Les mots-clés seront occasionnellement mis à jour en réponse aux besoins de couverture qui peuvent varier selon l'actualité, les nouvelles campagnes, les projets spéciaux, etc.;
 - iv. Les rapports doivent être consultables sur les plateformes technologiques courantes – notamment les ordinateurs de bureau et tous les appareils mobiles, entre autres sur les plateformes Android et iOS – et ils doivent inclure des liens vers les articles complets;
 - v. Seuls les résultats relatifs aux voyages et au tourisme doivent être fournis à DC;
 - vi. Des discussions régulières sur les opérations doivent avoir lieu pour rajuster la veille au besoin.
- b) Obtention et gestion d'abonnements soumis au droit d'auteur ou de contrats de licence au nom de Destination Canada pour ses bureaux à Vancouver (siège social) et au Royaume-Uni;
 - c) Demandes de veille supplémentaire sur des périodes particulières pour des activités spéciales ou des projets ponctuels, au besoin;
 - d) Permission à DC de partager le contenu rédactionnel (article ou contenu de radiotélévision) avec des intervenants touristiques clés qui y sont mentionnés;
 - e) Fourniture en temps opportun, par voie électronique, de l'intégralité du contenu commandé des articles et des segments de radiotélévision;
 - f) Capacité de demander soit une transcription, soit les extraits complets de la diffusion radio ou télévisée;
 - g) Tenue de discussions régulières sur les opérations pour rajuster la veille au besoin;
 - h) Notification immédiate des risques potentiels pour la réputation du Canada ou de Destination Canada, en fonction des mots-clés et sujets établis, à effectuer par téléphone et par courriel à la demande du client dans un délai d'une (1) heure après la publication.

C.3.2 Services de communication des résultats et de mesure

La médiatisation méritée comprend la couverture dans les médias imprimés, radiodiffusés, télédiffusés et Web résultant de ce qui suit : relations avec les médias, médias à l'intention des professionnels des voyages et activités d'organes médiatiques en ligne dans les médias sociaux (la « médiatisation méritée »).

L'entrepreneur doit fournir des rapports sur la mesure et les données de référence pour la médiatisation méritée, d'après un cadre de mesure prédéterminé; voir l'annexe 6 – Lignes directrices sur la communication des données de mesure. L'entrepreneur doit s'adapter aux modifications des exigences relatives à la communication des résultats et à la mesure. Les critères de mesure peuvent évoluer pendant toute la durée du contrat; l'entrepreneur doit être capable de donner un point de vue éclairé en la matière et de s'adapter aux modifications des exigences de mesure suivant les besoins de DC.

En ce qui a trait à la prestation des services de communication des résultats et de mesure, l'entrepreneur sera responsable des éléments livrables suivants :

- a) Rapports détaillés qui évaluent la médiatisation méritée selon les exigences relatives à la mesure ou aux données de référence. Pour des précisions sur les rapports en question, voir l'annexe 6 – Lignes directrices sur la communication des données de mesure.
 - i. Les critères de mesure seront fondés sur les exigences individuelles des bureaux de Destination Canada à Vancouver (siège social) et au Royaume-Uni;
 - Les critères de mesure à intégrer aux rapports peuvent comprendre ce qui suit, sans s'y limiter :
 - a. le nombre moyen de visiteurs quotidiens uniques sur un site Web numérique;
 - b. le tirage des publications imprimées, à l'exclusion de tout élément multiplicateur;
 - c. la portée d'auditoire de radiotélévision;
 - d. la portée et les impressions obtenues par le contenu numérique mérité sur les canaux de médias sociaux;
 - e. des rapports sur l'équivalence en valeur publicitaire (EVP) traditionnelle.
 - ii. Les rapports peuvent comprendre ce qui suit :
 - jusqu'à trois (3) rapports quotidiens (un manuel et deux automatisés);
 - jusqu'à 12 rapports axés sur l'activité mensuelle;
 - jusqu'à 10 rapports par année sur des activités relatives à une campagne ou à un projet particulier;
 - jusqu'à quatre (4) rapports trimestriels;
 - éventuellement un (1) rapport semestriel;
 - éventuellement un (1) rapport annuel;
 - des rapports supplémentaires s'il y a lieu (p. ex. analyse concurrentielle).
- b) Transparence complète des données, pour ce qui est de savoir où et comment les données ont été obtenues et quelles formules ont été utilisées pour les obtenir;
 - i. Si une formule vient à changer, l'entrepreneur doit en aviser Destination Canada immédiatement;
- c) Accès 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;
- d) Collaboration avec Destination Canada en ce qui a trait à la compilation et à l'évaluation des rapports de mesure de la médiatisation méritée, au besoin;
- e) Formation au personnel de Destination Canada sur le tableau de bord, au besoin.

C.4 Échéancier des rapports

L'entrepreneur doit se charger de soumettre à Destination Canada les rapports que celle-ci exige, dont le nombre peut aller jusqu'à ce qui suit :

- dix (10) rapports par année sur des activités relatives à des campagnes ou à des projets particuliers (avec un échéancier à établir d'un commun accord entre Destination Canada et l'entrepreneur);
- un (1) rapport quotidien soumis au plus tard à 8 h 30 (heure de l'Est), ou à 9 h (UTC) au Royaume-Uni, aux chefs de projet désignés pour Destination Canada au siège social et au Royaume-Uni;

- deux (2) comptes rendus quotidiens automatisés soumis respectivement à midi (heure de l'Est) et à 17 h (heure de l'Est) au siège social de Destination Canada au Canada seulement;
- un (1) rapport mensuel soumis dans les deux (2) jours ouvrables suivant la fin du mois;
- un (1) rapport annuel soumis au plus tard une (1) semaine après la fin de l'année civile pour le bureau de DC au Royaume-Uni et son siège social.

Remarques : Au moment de conclure un contrat, Destination Canada confirmera à l'entrepreneur la nature exacte des rapports exigés, leur nombre, leurs délais de soumission et le format dans lesquels ils sont requis.

C.5 Responsabilités de Destination Canada

Destination Canada affectera une ou plusieurs personnes-ressources devant s'occuper en son nom des principaux contacts avec l'entrepreneur. La ou les personnes concernées doivent aussi soumettre l'entrepreneur à une évaluation annuelle pour faire en sorte que la qualité des éléments livrables fournis par ce dernier corresponde aux exigences du contrat.

C.6 Responsabilités de l'entrepreneur

L'entrepreneur devra notamment effectuer les tâches suivantes :

- Désigner une personne-ressource pour Destination Canada;
- Formuler des conseils sur la façon de gérer les communications 24 h sur 24, 7 jours sur 7;
- Assurer la transition avec l'entrepreneur actuel chargé de la veille médias;
- Acquérir une bonne compréhension de Destination Canada;
- Examiner, au besoin, tout élément d'information concernant la façon dont Destination Canada a assuré la veille médias jusqu'à présent.

C.7 Remplacement du personnel

L'entrepreneur désignera le personnel clé responsable de l'exécution du contrat conclu avec Destination Canada. Toute modification du personnel clé exige un préavis d'au moins deux (2) semaines à Destination Canada, donné à son ou ses principaux représentants.

Si une substitution de personnel s'impose, l'entrepreneur est tenu de fournir sans délai un remplaçant possédant un niveau d'expérience égal ou supérieur à celui de la personne remplacée.

C.8 Normes de rendement et mesure de la qualité

DC tient à nouer et à entretenir des relations solides et cordiales avec ses partenaires afin de veiller au maintien des services essentiels ainsi qu'à l'obtention du meilleur rapport qualité-prix et des meilleurs avantages économiques pour l'ensemble de l'organisme. Ainsi, le rendement de l'entrepreneur est évalué deux fois par an au moyen du système d'évaluation du rendement des entrepreneurs mis au point par DC.

L'entrepreneur doit fournir sans délai tous les renseignements demandés à cet effet. Voici les principaux volets de l'évaluation :

- Une évaluation qualitative menée par les équipes de DC, portant sur les apports stratégiques, la gestion du compte, l'harmonisation et la collaboration dans le marché, et la gestion de projet;
- Une évaluation qualitative menée par les équipes de DC, portant sur le respect des valeurs fondamentales d'innovation, de collaboration et d'intégrité de DC;
- La mesure du rendement du marketing et de son incidence sur les objectifs de l'organisme, effectuée au moyen de paramètres pertinents tirés du tableau de bord prospectif de DC.

SECTION D – QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES IMPÉRATIFS

Les critères impératifs doivent être entièrement satisfaits pour que le reste de la proposition soit évalué.

D.1 Critères impératifs

- D.1.1 Capacité de soumettre le rapport quotidien à Destination Canada au plus tard à 8 h 30 (HE) et à 9 h (UTC).

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.2 Capacité de faire une veille de la couverture médiatique afin de recenser le contenu rédactionnel lié aux professionnels des voyages, au tourisme et à l'art de vivre pour les destinations identifiées, et aussi en fonction de mots-clés dans des publications, des organes médiatiques et des médias sociaux principalement canadiens, américains et britanniques, de même que pour les grands titres internationaux, les titres canadiens (en français et en anglais), et une couverture complète des médias imprimés du Québec.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.3 Capacité d'ajouter jusqu'à 150 sources médiatiques et canaux de médias sociaux supplémentaires à la veille sur demande.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.4 Capacité de fournir des rapports consultables sur toutes sortes de plateformes technologiques courantes pour les ordinateurs de bureau et les appareils mobiles, notamment iOS et Android.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.5 Capacité de fournir en temps opportun, par voie électronique, l'intégralité du contenu des articles ou des segments de radiotélévision, sur commande ou sur demande.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.6 Capacité de fournir une notification immédiate des risques potentiels pour la réputation du Canada ou de Destination Canada, en fonction des mots-clés et sujets établis, par téléphone et par courriel dans un délai d'une (1) heure après la publication. Configuration proactive d'alertes, sur demande.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.7 Capacité de fournir des rapports détaillés qui évaluent la médiatisation méritée, selon les exigences établies par Destination Canada quant à la mesure et aux données de référence à utiliser.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.8 Capacité d'offrir une transparence complète en matière de données, pour ce qui est de savoir où et comment les données ont été obtenues et quelles formules ont été utilisées pour les obtenir.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

- D.1.9 Capacité d'obtenir et d'analyser le contenu disponible aussi bien en anglais qu'en français pour le marché canadien.

Êtes-vous en mesure de répondre à cette exigence?

Oui Non

SECTION E — QUESTIONNAIRE SUR LES CRITÈRES SOUHAITÉS

Les soumissionnaires doivent donner des réponses claires et concises aux questions ci-dessous. S'ils annexent des documents pour répondre à l'une des questions, ils doivent inclure dans la réponse un renvoi aux documents annexés.

Pour chacun des critères, veuillez répondre à la question en un maximum de 200 mots.

E.1 Exigences opérationnelles et techniques

E.1.1 Présentation de l'entreprise

Dressez un bref historique de votre entreprise et faites-en une courte présentation, qui comprendra notamment les renseignements suivants :

- a) Structure de propriété de l'entreprise (p. ex. privée, ouverte);
- b) Histoire, structure organisationnelle, nombre d'employés, lieux des bureaux de l'entreprise, y compris le siège social, et précision quant à la centralisation ou non de la facturation au siège social;
- c) Services et produits offerts et domaines de spécialisation;
- d) Expérience au sein de l'industrie du tourisme et des voyages ou d'un secteur semblable;
- e) Composition et fonctions de l'équipe de haute direction (organigramme);
- f) Expérience au service de sociétés d'État canadiennes ou d'organisations analogues au cours des 24 derniers mois;
- g) Agrément et certifications en environnement ou normes environnementales;
- h) États financiers des trois dernières années (2020, 2021 et 2022);
- i) Politiques ou lignes directrices relatives à l'égalité, à la diversité et à l'inclusion;
- j) Politiques ou lignes directrices relatives à la prévention de la fraude;
- k) Exemple de l'enregistrement, du certificat de constitution ou de tout autre document similaire attestant de votre statut d'enregistrement actuel.

La réponse doit se limiter à deux (2) pages, sans compter les états financiers et les politiques.

Maximum de points alloués : 15 %.

E.1.2 Renseignements supplémentaires sur l'entreprise

- a) Y a-t-il des participants russes ou biélorusses à la structure de gouvernance de votre organisation, à titre d'investisseurs ou de membres du conseil d'administration?
 - a. Si oui, indiquez l'importance de cette participation.
- b) Effectuez-vous actuellement des travaux pour une entreprise installée en Russie ou au Bélarus?
 - a. Si oui, indiquez l'importance de ces travaux dans l'ensemble de vos activités.

Maximum de points alloués : aucune pondération.

La réponse doit se limiter à une demi-page.

E.1.3 À quels égards croyez-vous que le fournisseur pourrait avoir de la difficulté à atteindre nos objectifs de veille médias? Veuillez vous appuyer sur des expériences préalables pour expliquer comment vous surmonteriez ce genre de difficultés.

Maximum de points alloués : 10 %.

La réponse doit se limiter à une page et demie (1 ½).

- E.1.4 Veuillez décrire toute expérience que vous avez pu acquérir en matière de veille des médias généraux, y compris la mesure des données connexes, aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale. Quels obstacles avez-vous alors rencontrés? Comment vos produits ou services ont-ils pu les surmonter?

Maximum de points alloués : 20 %.

- E.1.5 Veuillez décrire toute expérience que vous avez pu acquérir en matière de veille des médias pour une marque internationale, y compris la mesure des données connexes, aussi bien à l'échelle nationale qu'internationale. Quels obstacles avez-vous alors rencontrés? Comment vos produits ou services ont-ils pu les surmonter?

Maximum de points alloués : 5 %.

La réponse doit se limiter à une (1) page.

- E.1.6 Expliquez ce que vous comprenez de la différence entre les médias généraux, les médias à l'intention des professionnels des voyages et les médias consacrés aux voyages et aux loisirs.

Maximum de points alloués : 5 %.

La réponse doit se limiter à une (1) page.

- E.1.7 Décrivez en quoi vos services se sont améliorés au cours des cinq dernières années. Cette question s'applique aux services de consultation, d'analyse et de production de rapports, aux capacités de mesure, à la technologie, etc. Plus précisément, en quoi l'IA a-t-elle amélioré ce que vous faites?

Maximum de points alloués : 10 %.

La réponse doit se limiter à deux (2) pages.

- E.1.8 Décrivez comment vous gérez les verrous d'accès payant aux sources d'information en ligne, et comment vos clients se font présenter l'information soumise à ces verrous d'accès.

Maximum de points alloués : 5 %.

La réponse doit se limiter à une (1) page.

- E.1.9 Veuillez décrire les avantages ou qualités de votre tableau de bord et de vos rapports. En quoi ces rapports se distinguent-ils de ceux de vos concurrents? Quels genres de rapports DC est-elle en mesure d'obtenir automatiquement? Quels sont les services ou caractéristiques qu'offrent vos outils en ligne?

Veuillez fournir un maximum de cinq échantillons de différents rapports qui pourraient s'avérer utiles pour Destination Canada. (Les échantillons ne seront pas inclus dans le compte de mots.)

Maximum de points alloués : 10 %.

La réponse doit se limiter à deux (2) pages.

- E.1.10 Veuillez décrire la portée des services de veille que vous pouvez fournir pour les médias indiqués à l'article C.3.1 a) et précisez le nombre d'organes médiatiques faisant l'objet de la veille au Canada, aux États-Unis et au Royaume-Uni. Indiquez certains des organes médiatiques francophones faisant l'objet de la veille au Québec.

Quel processus prévoyez-vous pour l'ajout de nouveaux organes médiatiques à votre liste de veille?

Maximum de points alloués : 5 %.
La réponse doit se limiter à une (1) page.

E.1.11 Veuillez décrire le processus d'accueil et d'orientation de votre entreprise. À quoi Destination Canada peut-elle s'attendre dans les 90 premiers jours?

Maximum de points alloués : 5 %.
La réponse doit se limiter à une (1) page.

E.1.12 Comment gérez-vous les contrats de licence de droit d'auteur pour vos clients, et qu'est-ce que cela implique pour les marchés du Canada et du Royaume-Uni?

Maximum de points alloués : 2 %.
La réponse doit se limiter à une (1) page.

E.1.13 Quelles sont vos ententes sur les niveaux de service en ce qui concerne le service à la clientèle, les délais de soumission des rapports et les délais de réponse?

Maximum de points alloués : 8 %.
La réponse doit se limiter à deux (2) pages.

E.2 Tableau de pondération (à titre informatif)

Le tableau suivant est fourni comme référence et illustre la pondération et la notation de chaque question.

Numéro de la question sur les critères souhaités	Pondération de la question sur les critères souhaités	Poids pondéré de la question sur les critères souhaités	Exemples de notes obtenues par le soumissionnaire	Exemples de notes pondérées obtenues par le soumissionnaire
E.1.1	15 %	6 %	5/5	6,00 %
E.1.2	s. o.	s. o.	s. o	s. o
E.1.3	10 %	4 %	4/5	3,20 %
E.1.4	20 %	8 %	3/5	4,80 %
E.1.5	5 %	2 %	2/5	0,80 %
E.1.6	5 %	2 %	4/5	1,60 %
E.1.7	10 %	4 %	5/5	4,00 %
E.1.8	5 %	2 %	3/5	1,20 %
E.1.9	10 %	4 %	4/5	3,20 %
E.1.10	5 %	2 %	3/5	1,20 %
E.1.11	5 %	2 %	2/5	0,80 %
E.1.12	2 %	0,80 %	2/5	0,32 %
E.1.13	8 %	3,20 %	2/5	1,28 %
Exemple de total	100 %	40 %	38/55	28,40 %
Une note de 60 % = 24 % ou plus est requise pour passer à la prochaine étape du processus d'évaluation, soit l'évaluation technique.				

SECTION F – ÉVALUATION TECHNIQUE

F.1 Exigences de l'évaluation technique

DC peut demander aux soumissionnaires présélectionnés ou qui ont atteint le seuil de se soumettre à une évaluation en ligne chronométrée afin d'évaluer leur capacité et leur aptitude à fournir les services décrits à la section C – Énoncé de travail. Les renseignements relatifs à cette évaluation seront communiqués ultérieurement.

Les soumissionnaires devront assumer tous les coûts associés à l'examen d'évaluation technique.

SECTION G – TARIFICATION

Les soumissionnaires doivent fournir leur proposition de tarification dans un fichier distinct du reste de leur réponse. Dans la proposition en question, ils doivent mentionner le numéro et le titre de la DDPN ainsi que les renseignements sur leur entreprise.

Comme DC ne possède qu'un budget limité, les soumissionnaires sont invités à présenter le meilleur rapport qualité-prix dans chaque élément de leur proposition, tout en tenant compte de l'ensemble des exigences de la présente DDPN et de l'ensemble des éléments de leur proposition.

Au moment d'évaluer les tarifs proposés, DC pourrait envisager le coût total de possession associé au produit ou au service pour toute sa durée de vie, ce qui comprend entre autres le coût d'acquisition, les ressources humaines, la formation, l'installation, le soutien, l'entretien, le transport, la logistique, les coûts de fonctionnement et les coûts d'élimination. Cela pourrait également comprendre les coûts de transition, de migration ou d'intégration que DC devrait s'attendre à assumer. Il ne doit y avoir aucun coût caché que DC risquerait de constater seulement à l'échéance du contrat.

DC ne prend aucun engagement et n'offre aucune garantie quant à la valeur pécuniaire ou au volume de travail qui pourrait attendre un soumissionnaire retenu.

G.1 Détails de la tarification proposée

Les soumissionnaires doivent indiquer le coût total de leur proposition pour Destination Canada.

	Description des services	Tarification	Unité	Commentaires
1	Veille			
	Services de veille médias selon les indications à l'article C3.1a		\$ Par année	
2	Licence annuelle et maintenance			
	Droits de licence annuels des logiciels, et pour la maintenance et les mises à niveau; Configuration des comptes et ajustements au besoin; Demandes, formation et soutien en matière de service à la clientèle.		\$ Par année	
3	Mesure Destination Canada exigera jusqu'à 10 rapports de projets spéciaux, 3 rapports quotidiens, 12 rapports mensuels, 4 rapports trimestriels, 1 rapport semestriel et 1 rapport annuel.			
	Tarif total pour les rapports		\$ Par année	
	Rapports additionnels (non listés ci-dessus)		\$ Chacun	

4	Examen quotidien de la veille des médias relativement au compte			
	Jusqu'à 2,5 heures par jour pour l'examen manuel de la veille		\$	Par année
5	Honoraires professionnels			
	Gestion de projets, demande de formation, consultation sur l'analyse des médias, réunions avec le client		\$	Par année
6	Résumés et extraits de radiotélévision			
	Télévision ou radio		\$	Par année
7	Licences de droit d'auteur			
	Anglais		\$	Par année
	Français		\$	Par année
	Tarification annuelle totale (=1+2+3+4+5+6+7)		\$	Par année
8	Autres frais Précision : Veuillez dresser la liste de tous les autres frais.		\$	

Les tarifs doivent être indiqués en dollars **canadiens**, taxes en sus.

G.2 Stratégies de tarification

DC pourrait se montrer ouverte à d'autres stratégies de tarification, à des mesures incitatives, à des ristournes liées au volume ou à d'autres offres qui lui seraient favorables (rabais, achat en gros volume, crédit pour produit remboursable, etc.). DC se réserve le droit de prendre en considération ou non toute offre qui lui sera proposée.

G.2.1 Veuillez indiquer toute autre stratégie de tarification dont votre entreprise serait prête à discuter avec DC.

SECTION H – CONDITIONS ET PROCESSUS RELATIFS À LA DDPN

H.1 Échéancier du processus de DDPN

Voici l'échéancier du processus de sélection des soumissionnaires :

Date limite de réception des questions	Le 21 juillet 2023 à 14 h (HP)
Déclaration d'intention (*)	Le 1 ^{er} août 2023 à 14 h (HP)
Date et heure limites	Le 8 août 2023 à 14 h (HP)
Évaluation technique des soumissionnaires présélectionnés	Septembre 2023
Date à laquelle DC s'efforcera de communiquer son choix à tous les soumissionnaires	Octobre 2023
Période de négociations	5 jours suivant l'avis de DC

Remarque : DC se réserve le droit de modifier l'échéancier, à son entière discrétion.

(*) Veuillez noter que la déclaration d'intention n'est pas un critère d'exclusion. Les soumissionnaires qui omettent de la présenter à la date indiquée ci-dessus peuvent quand même soumettre une proposition, dans les délais prescrits.

H.2 Interprétation de la DDPN

Si un soumissionnaire s'interroge sur le sens de l'une ou l'autre partie de la présente DDPN ou y trouve des erreurs, des omissions, des incohérences ou des ambiguïtés, il peut en faire part à DC, qui décidera s'il est nécessaire ou non de modifier la DDPN.

Il incombe au soumissionnaire de bien comprendre tous les aspects de la DDPN. S'il a besoin de clarifications, le soumissionnaire doit veiller à les obtenir avant de présenter sa proposition.

H.3 Demandes de renseignements et communications

Seule l'autorité contractante nommée à la page titre de la DDPN est autorisée par DC à commenter toute section de la présente DDPN ou les exigences qui y sont décrites. DC ne sera pas liée par les renseignements ou les énoncés provenant d'une personne autre que l'autorité contractante désignée, et le soumissionnaire accepte de ne pas se fier à de tels renseignements ou énoncés.

Toute demande de renseignements auprès de personnes non autorisées ou toute tentative visant à influencer les résultats du processus en communiquant avec des employés de DC (autres que l'autorité contractante), des membres de son conseil d'administration ou des représentants du gouvernement entraînera la disqualification immédiate du soumissionnaire, qui pourra également voir sa candidature exclue de concours ultérieurs.

H.4 Exactitude des renseignements

Bien que le contenu de la présente DDPN et les références au contenu d'autres documents aient été préparés et rédigés de bonne foi, DC ne fait aucune assertion et n'offre aucune garantie quant à leur exactitude ou à leur exhaustivité. DC peut modifier des éléments en tout temps, si les circonstances opérationnelles l'exigent.

H.5 Modifications

DC peut apporter des modifications à la DDPN pour y intégrer des renseignements, des instructions, des changements ou des questions et réponses. Si la présente DDPN est publiée sur le site Web achatscanada.canada.ca du gouvernement du Canada (« AchatsCanada »), DC peut y afficher des modifications, les faire parvenir à tous les soumissionnaires qui ont reçu une

invitation ou ne les fournir qu'aux soumissionnaires qui ont déclaré leur intention de soumettre une proposition.

Il incombe au soumissionnaire de vérifier régulièrement si DC a apporté des modifications à la DDPN au achatscanada.canada.ca, ce qu'elle peut faire à sa discrétion avant la date limite. Les modifications peuvent contenir des renseignements importants, dont des changements majeurs apportés à la présente DDPN. Il incombe au soumissionnaire de lire toutes les modifications et de confirmer qu'il en a tenu compte dans sa proposition (voir l'annexe 3).

H.6 Modification et retrait

DC accepte qu'une proposition déjà présentée soit modifiée ou retirée, à condition de recevoir les modifications ou l'avis de retrait par courriel avant la date limite. Les modifications et les renseignements reçus après la date limite ne seront pas acceptés, sauf sur invitation et demande de l'autorité contractante.

H.7 Période de validité

Les propositions doivent demeurer valides pendant une période d'au moins cent vingt (120) jours après la date limite.

H.8 Coûts liés à la préparation de la proposition

Le soumissionnaire doit assumer l'entière responsabilité des coûts, y compris les frais de déplacement, liés à la préparation de sa proposition, à sa participation à la DDPN, aux éventuelles présentations ou démonstrations connexes et à la négociation du contrat qui pourrait s'ensuivre; DC ne lui remboursera aucun de ces coûts, sauf indication contraire. Le soumissionnaire assume en outre tous les risques liés à ces coûts. En participant à la présente DDPN, le soumissionnaire convient de décharger DC de toute responsabilité relative à ces risques.

H.9 Langue

Le soumissionnaire peut déposer sa proposition en français ou en anglais. Le présent processus de DDPN se déroulera dans la langue que le soumissionnaire préfère utiliser entre ces deux langues.

H.10 Négociations

DC se réserve le droit de négocier la portée et les modalités du contrat avec le ou les soumissionnaires ayant obtenu les meilleurs résultats, ci-après appelés le ou les « soumissionnaires privilégiés », dont elle estime que l'expertise, l'expérience, la vision et la réputation serviront au mieux les intérêts de DC. Les soumissionnaires ne doivent pas présumer que le contrat sera attribué au moins-disant.

DC entamera des discussions et des négociations avec le ou les soumissionnaires privilégiés afin de convenir des modalités définitives de l'accord. Pendant les négociations, DC pourrait demander des renseignements supplémentaires au soumissionnaire pour vérifier, éclaircir ou compléter les renseignements fournis dans la proposition ou pour confirmer les conclusions tirées lors de l'évaluation. Elle pourrait aussi demander au soumissionnaire d'offrir un meilleur prix.

Négociations parallèles – Le ou les soumissionnaires privilégiés, établis au terme de l'évaluation, seront invités à entamer des négociations avec DC en vue d'un contrat. C'est pendant la période de négociations parallèles prévue que DC entend mener lesdites négociations.

À tout moment pendant la période de négociations parallèles, DC peut choisir de mettre fin unilatéralement à une ou à plusieurs négociations. La sélection finale d'un ou de plusieurs soumissionnaires privilégiés sera déterminée une fois que DC aura reçu les meilleures offres définitives. La sélection finale sera fondée sur le meilleur rapport qualité-prix pour DC. Il n'existera aucune relation juridiquement contraignante entre DC et un soumissionnaire avant la conclusion d'un accord écrit.

H.11 Attribution des contrats

Si la présente DDPN aboutit à la négociation et à l'attribution d'un contrat, ce contrat :

- i. devra être négocié durant la période de négociation du contrat;
- ii. pourra comprendre, entre autres, les conditions générales du contrat énoncées à l'annexe 5;
- iii. prendra effet dès sa signature par les représentants dûment autorisés de DC et du soumissionnaire retenu.

H.12 Compte rendu

DC, à son entière discrétion, ne fournira un compte rendu qu'aux soumissionnaires qui ont obtenu au moins la note de passage ou qui font partie des soumissionnaires présélectionnés, s'ils en font la demande. Toutes les demandes doivent être envoyées par écrit à l'autorité contractante de DC dans les trente (30) jours suivant l'avis d'attribution. La séance de compte rendu a pour but d'aider le soumissionnaire à améliorer sa proposition pour les demandes ultérieures. La fourniture éventuelle d'un compte rendu ne vise aucunement à offrir l'occasion de contester le processus d'approvisionnement.

H.13 Faits importants

On entend par « fait important » toute circonstance ou relation qui pourrait entraîner un avantage injuste, par exemple le fait : d'avoir une association quelconque ou un lien de parenté avec un employé de DC ou un membre de son conseil d'administration; d'avoir accès à des renseignements non accessibles aux autres soumissionnaires; de communiquer au sujet du processus de DDPN avec toute personne non autorisée; d'agir de manière à nuire à la capacité d'un autre soumissionnaire de présenter une proposition pour les biens ou services concernés; d'offrir un cadeau ou un avantage à un employé de DC ou à un membre de son conseil d'administration; ou de se conduire d'une manière qui nuit à l'intégrité du processus de DDPN ou qui peut en donner l'impression (tous des « faits importants »).

DC se réserve le droit de tenir compte de tout fait important (tel que défini ci-dessus) déclaré dans une proposition ou autrement et de rejeter une proposition si elle juge qu'un fait important donne lieu à un conflit d'intérêts qui entraînerait un avantage injuste ou qui nuirait à l'intégrité du processus de DDPN.

H.14 Interdiction de promouvoir son intérêt

Le soumissionnaire doit se garder de formuler des commentaires en public, de répondre à des questions dans une tribune publique ou encore de mener des activités visant à promouvoir ou à annoncer publiquement son intérêt à l'égard du présent projet.

H.15 Confidentialité

DC reconnaît la nature confidentielle de l'information pouvant être fournie en réponse à la présente DDPN. Le soumissionnaire doit indiquer clairement les parties de sa proposition qui contiennent de l'information confidentielle. DC n'utilisera ni ne divulguera cette information confidentielle, sauf aux fins de l'évaluation des propositions dans le cadre de la présente DDPN ou si une loi l'exige, notamment (mais sans s'y limiter) la *Loi sur l'accès à l'information* et la *Loi sur la protection des renseignements personnels*.

Le soumissionnaire doit garder confidentiels tous les renseignements reçus de DC et tous les renseignements rassemblés pour DC dans le cadre du présent exercice. Il ne doit pas utiliser l'information confidentielle de DC à d'autres fins que la rédaction et la présentation de sa proposition en réponse à la présente DDPN.

Sauf si une loi l'exige, DC s'engage à ne pas dévoiler l'identité des soumissionnaires ni révéler d'aucune manière que ce soit les modalités financières ou les renseignements de fond inclus dans les propositions. Au terme du processus, seul le nom du soumissionnaire retenu

(l'« entrepreneur ») sera révélé une fois qu'un accord aura été conclu entre les parties contractantes.

H.16 Publicité

Le soumissionnaire ne doit pas faire référence, ni expressément ni implicitement, à DC ou à la présente DDPN dans ses documents publics ou publicitaires, sauf sur autorisation écrite préalable de l'autorité contractante.

H.17 Aucune collusion

En soumettant une proposition, le soumissionnaire certifie que sa proposition a été préparée hors de toute collusion ou fraude et en concurrence équitable avec les propositions des autres soumissionnaires.

H.18 Droit applicable

Le présent processus de DDPN et tout accord subséquent seront régis conformément aux lois en vigueur dans la province de la Colombie-Britannique, et tout différend en découlant, le cas échéant, sera soumis à la compétence des tribunaux de cette province ainsi qu'aux lois fédérales applicables.

H.19 Indemnités

Le soumissionnaire est responsable de toute réclamation, toute perte ou tout dommage qui pourraient découler d'erreurs, d'omissions ou de négligence de sa part ou de celle de ses employés ou mandataires associés au présent processus de DDPN et sera tenu d'indemniser DC de tous les frais engagés en tel cas.

H.20 Droits de Destination Canada

Par ailleurs, DC se réserve le droit, à sa seule et entière discrétion :

H.20.1 d'accepter toute proposition en entier ou en partie, sauf les propositions qui ne satisfont pas aux critères impératifs, sans négociation préalable et qu'elle soit ou non la moins-disante;

H.20.2 de rejeter, en totalité ou en partie, toute proposition :

- i. incomplète, obscure, irrégulière ou irréaliste;
- ii. ne répondant pas à l'objectif de la présente DDPN;
- iii. à laquelle il manque tout renseignement obligatoire;
- iv. non conforme à l'une ou l'autre des exigences de la présente demande;

H.20.3 de n'accepter aucune dérogation aux conditions énoncées;

H.20.4 de mettre un terme au processus ou de publier à nouveau la présente DDPN à tout moment;

H.20.5 de communiquer avec les soumissionnaires pour obtenir des précisions ou vérifier une partie ou l'ensemble des renseignements à n'importe quel moment au cours du présent processus de DDPN;

H.20.6 de communiquer avec les personnes données comme références;

H.20.7 d'entamer des négociations avec tout soumissionnaire ayant présenté une proposition admissible, dans le but de parvenir à un accord à la satisfaction de DC;

H.20.8 d'intégrer au contrat découlant du présent processus l'ensemble ou une partie de l'énoncé de travail, de la DDPN ou de la proposition retenue;

H.20.9 d'attribuer un contrat pour tout ou partie des biens ou services concernés, y compris de sélectionner plus d'un soumissionnaire et de conclure un contrat avec plus d'un d'entre eux pour répondre aux exigences de la présente DDPN;

H.20.10 de ne conclure d'accord avec aucun des soumissionnaires ayant répondu à la présente DDPN.

SECTION I – LISTE DES ANNEXES

ANNEXE	TITRE DU DOCUMENT
1	Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'attestation
2	Formulaire de déclaration des faits importants
3	Modifications
4	Déclaration des sous-traitants
5	Conditions générales du contrat
6	Lignes directrices sur la communication des données de mesure

ANNEXE 1 – RENSEIGNEMENTS SUR LE SOUMISSIONNAIRE ET FORMULAIRE D'ATTESTATION

1) RENSEIGNEMENTS SUR LE SOUMISSIONNAIRE

- a) Renseignements sur l'entreprise – Aux seules fins d'identification et d'information, veuillez fournir les renseignements suivants à propos de votre entreprise :

Dénomination sociale et adresse complètes :	
Activité principale et nombre d'années en affaires :	
Nombre d'employés directs :	
Nature de l'entreprise (entreprise individuelle, société par actions, société en nom collectif ou société en participation) :	
Personne-ressource principale pour la DDPN (nom, poste, numéro de téléphone et adresse courriel) :	

- b) Références – Veuillez nommer trois clients ayant des exigences semblables à celles décrites dans la présente DDPN et avec lesquels nous pourrions communiquer. Pour chaque client donné comme référence, indiquez le nom de l'organisation, les coordonnées de la personne-ressource (nom, poste, adresse, numéro de téléphone et adresse courriel) ainsi qu'une brève description des services fournis. Le soumissionnaire consent à ce que DC communique avec l'un ou l'autre de ces clients. Nous vous demandons de ne pas utiliser DC comme référence dans votre proposition.

Référence n° 1 :

Organisation cliente :	
Personne-ressource :	
Adresse municipale :	
N° de téléphone :	
Adresse courriel :	
Description des services :	

Référence n° 2 :

Organisation cliente :	
Personne-ressource :	
Adresse municipale :	
N° de téléphone :	
Adresse courriel :	
Description des services :	

Référence n° 3 :

Organisation cliente :	
Personne-ressource :	
Adresse municipale :	
N° de téléphone :	
Adresse courriel :	
Description des services :	

2) ATTESTATION DU SOUMISSIONNAIRE

Le soumissionnaire certifie que les renseignements fournis dans sa proposition sont exacts et déclare être un signataire dûment autorisé ayant la capacité de lier son entreprise aux dispositions contenues dans la présente. En apposant sa signature ci-après, le soumissionnaire reconnaît expressément avoir lu, compris et accepté les modalités de la présente DDPN.

Signé ce _____ jour de _____ 2023

Signature autorisée :

Nom (en caractères d'imprimerie) :

Titre ou poste :

Nom de l'entreprise :

Ville :

Adresse :

Numéro de téléphone :

Adresse courriel :

ANNEXE 2 – FORMULAIRE DE DÉCLARATION DES FAITS IMPORTANTS

FAITS IMPORTANTS

Si le soumissionnaire a des faits importants à déclarer (tels que définis à l'article H.13), DC exige qu'il les consigne et les soumette avec sa proposition, en pièce jointe.

Cochez UNE case :

Non, nous n'avons aucun fait important à déclarer.

OU

Oui, nous avons au moins un fait important à déclarer; voir la déclaration ci-jointe.

ANNEXE 3 – MODIFICATIONS

Le cas échéant, veuillez confirmer avoir lu les documents relatifs aux addendas ou modifications à la présente DDPN et tenu compte de ceux-ci dans votre proposition. Veuillez énumérer les addendas et modifications en question, s'il y a lieu.

N° de la modification/de l'addenda :	Date :	Nombre de pages :
N° de la modification/de l'addenda :	Date :	Nombre de pages :
N° de la modification/de l'addenda :	Date :	Nombre de pages :
N° de la modification/de l'addenda :	Date :	Nombre de pages :

ANNEXE 4 – DÉCLARATION DES SOUS-TRAITANTS

S'il y a lieu, le soumissionnaire doit recenser les sous-traitants qui l'aideront à fournir les services décrits dans la présente DDPN, en remplissant la « Déclaration des sous-traitants » et en la soumettant à l'approbation de DC. L'approbation des sous-traitants est à l'entière discrétion de DC.

Il revient au soumissionnaire de superviser et de coordonner tout projet ou service assigné aux sous-traitants pour assurer l'homogénéité des services offerts à DC.

Veuillez indiquer vos mesures de contrôle de la qualité et vos processus de règlement des différends liés au contrat applicables en cas de recours à des sous-traitants.

- L'entreprise nommée à l'annexe 1, « Renseignements sur le soumissionnaire et formulaire d'attestation », fournira l'intégralité des biens ou services énoncés dans la présente proposition.
- Nous ferons appel à des sous-traitants pour fournir les biens ou services énoncés dans la présente proposition.

Voici les entreprises qui seront engagées en sous-traitance pour contribuer à la prestation des services proposés :

Nom :

Personne-ressource :

Poste :

Numéro de téléphone :

Adresse courriel :

Adresse :

Ville :

Province :

Code postal :

Description des services fournis par cette entreprise :

% des services fournis par le sous-traitant : _____ %

ANNEXE 5 – CONDITIONS GÉNÉRALES DU CONTRAT

Les conditions générales suivantes pourraient être inscrites dans tout contrat conclu avec DC par suite de la présente DDPN. La formulation précise de chacune de ces clauses fera l'objet de négociations entre les parties.

1. Le contrat est non exclusif.
2. Le contrat restera en vigueur selon la durée précisée dans la DDPN.
3. L'entrepreneur doit désigner le personnel affecté au compte de DC et ne peut le remplacer sans l'approbation de DC.
4. L'entrepreneur doit s'engager à affecter au compte de DC un certain nombre d'équivalents temps plein par mois ou par année, s'il y a lieu.
5. Des niveaux de service doivent être attribués aux tâches normales (p. ex. calendrier fixé pour les différentes étapes allant de la planification au lancement d'une campagne).
6. Toute la propriété intellectuelle créée par l'entrepreneur appartiendra à DC. L'entrepreneur doit certifier que ladite propriété intellectuelle est dégrevée et conforme à toutes les lois applicables.
7. L'entrepreneur doit prendre les mesures requises pour que toutes les campagnes et autres activités menées au nom de DC dans le marché de l'entrepreneur demeurent conformes aux lois applicables.
8. L'entrepreneur et ses sous-traitants doivent indemniser DC en cas de violation de contrat, et particulièrement en cas de réclamations relatives à la violation de la vie privée, de réclamations de tiers en matière de propriété intellectuelle ou en cas de non-respect de la loi, entre autres.
9. L'entrepreneur doit avoir et maintenir en vigueur une assurance adéquate.
10. DC versera les sommes dues après la réalisation des travaux.
11. L'entrepreneur doit réclamer à DC les dépenses engagées, y compris celles pour les placements média, sans aucune majoration.
12. Le contrat doit comprendre des clauses de confidentialité.
13. DC se réserve le droit de mettre fin au contrat à sa convenance, sur préavis écrit de 30 jours, moyennant le paiement de tous les travaux réalisés ou faisant l'objet d'un engagement à la date de résiliation. Si DC met fin au contrat ou annule un ordre de travail particulier pour cause de violation de contrat, elle n'a aucune obligation de rémunérer le travail réalisé.
14. L'entrepreneur doit obtenir l'autorisation de DC avant de donner tout ou partie des travaux en sous-traitance ou de céder le contrat.
15. Le contrat est régi par les lois de la Colombie-Britannique.
16. En cas de différend, une intervention de la haute direction sera sollicitée, suivie d'un arbitrage exécutoire à Vancouver, en Colombie-Britannique, conformément aux règles du British Columbia International Commercial Arbitration Centre.

ANNEXE 6 : LIGNES DIRECTRICES SUR LA COMMUNICATION DES DONNÉES DE MESURE

L'objet de la présente annexe consiste à donner un aperçu de la méthodologie que doit suivre l'entrepreneur. Celui-ci fournira à Destination Canada un système de mesure pour évaluer les résultats au regard de la stratégie.

Définition de la population

Considérez chaque article, publication, tweet ou message retweeté comme un « élément » individuel. Chaque élément doit être analysé dans le cadre d'une étude pour Destination Canada s'il répond aux critères de cette étude.

- a) La médiatisation payante ne doit pas être incluse dans cette analyse. La médiatisation payante inclut les publiereportages, les articles de blogueurs rémunérés, les publicités, et les reconnaissances de commandite diffusées à la radio publique. Si un élément comporte la mention « commandité par Destination Canada », il doit être considéré comme un élément de médiatisation payante et donc être exclu de cette analyse.
- b) Les éléments des médias en propriété et les réactions qu'ils suscitent (commentaires, messages retweetés, etc.) ne doivent pas être inclus dans cette analyse. Les éléments de médias en propriété comprennent tout ce que l'on estime provenir d'une source médiatique appartenant à Destination Canada. Voici des exemples de sources parmi les médias en propriété de Destination Canada :
 - i. Twitter : @DestinationCAFR;
 - ii. Facebook : <https://www.facebook.com/Explorezsansfin/>;
 - iii. YouTube : <https://www.youtube.com/user/CTCNewsNouvellesCCT>.

Restrictions générales

Les éléments suivants doivent être retirés :

- a) Avis de décès d'employés de Destination Canada;
- b) Avis de mariage d'employés de Destination Canada;
- c) Avis de naissance d'enfants d'employés de Destination Canada;
- d) Registres de police;
- e) Calendriers communautaires;
 - i. Si un élément consiste en un article complet détaillant la nature de l'activité et indiquant qui la commandite, il est admissible;
 - ii. S'il s'agit d'une mention sur une liste d'activités sans autre explication, l'élément n'est pas admissible.
- f) À ne pas coder — Éléments qui font partie des petites annonces ou des rubriques d'aide demandée;
- g) Doublons;

Si un élément apparaît deux fois, l'un d'eux est admissible et l'autre est un doublon. Il y a doublon lorsque plusieurs éléments répondent à l'un des critères suivants :

 - i. leur URL est identique;
 - ii. ils sont publiés par le même média, comportent la même date et ont exactement le même contenu;
 - iii. ils sont publiés à moins de sept (7) jours d'intervalle et comportent le même contenu et la même URL.
 - iv. Lorsque des éléments ayant le même contenu sont adressés à des publics différents, ils doivent être comptés séparément (p. ex. éléments régionaux de Radio-Canada diffusés

par ses différents organes provinciaux, ou article de la Presse canadienne repris par 10 différents journaux).

- h) Sites de pollupostage et fermes de contenu;
 - i. Tout élément provenant d'une source connue comme étant une ferme de contenu ou un site de pollupostage doit être immédiatement considéré comme non admissible, peu importe le contenu qui s'y trouve.
 - ii. L'entrepreneur doit fournir les détails concernant sa méthodologie de blocage du pollupostage.

Paramètres quantitatifs (autocodage)

En général, l'autocodage est seulement acceptable pour les termes de recherche clairement définis et les campagnes facilement identifiables.

a) Sujets

Toute mention d'une province ou d'un territoire en particulier doit être identifiée et automatiquement désignée comme un « sujet ». Tout élément où on mentionne seulement le « Canada », sans mention d'une ville, d'une province ou d'un territoire en particulier, doit être consigné sous le sujet « Canada ». Un même élément peut renfermer plus d'un sujet. Les sujets typiques pourraient comprendre ce qui suit :

Provinces et territoires du Canada		
Colombie-Britannique	Québec	Terre-Neuve-et-Labrador
Alberta	Nouvelle-Écosse	Yukon
Saskatchewan	Île-du-Prince-Édouard	Territoires du Nord-Ouest
Manitoba	Nouveau-Brunswick	Nunavut
Ontario		

b) Initiatives clés

Les initiatives clés comprennent les campagnes, événements ou mots-clics particuliers dont le nom leur est propre. Un même élément peut être rattaché à plus d'une initiative. *GoMedia 2023* et *Rendez-vous Canada 2023* sont des exemples d'initiatives de Destination Canada. L'information concernant ces initiatives est communiquée à l'entrepreneur avant les campagnes ou activités importantes.

c) Médias de première importance

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.

d) Paramètres de mesure quantitatifs

Nom de l'élément de données	Description des services
Portée numérique	Nombre moyen de visiteurs quotidiens uniques sur un site Web numérique
Portée dans les médias sociaux	Portée obtenue par le contenu numérique mérité sur les canaux de médias sociaux (indiquer quelles plateformes sociales font partie de la veille)
Portée dans les médias imprimés	Tirage des publications imprimées, à l'exclusion de tout élément multiplicateur

Portée dans les médias radiotélévisés	Portée d'auditoire de radiotélévision (médias télévisés et radiodiffusés)
---------------------------------------	---

Critères d'analyse qualitative

a) Ton ou impression générale

Chaque élément doit être lu selon la perspective d'un visiteur potentiel du Canada. L'entrepreneur doit lire l'élément en entier et déterminer si celui-ci est plutôt susceptible d'augmenter ou de réduire la probabilité que le lecteur visite le Canada.

Positif	L'élément est considéré comme positif s'il augmente la probabilité que le lecteur visite le Canada ou recommande de le faire.
Négatif	L'élément est considéré comme négatif s'il réduit la probabilité que le lecteur visite le Canada ou recommande de le faire.
Nuancé	L'élément est considéré comme nuancé s'il laisse une impression mitigée (mi-positive, mi-négative).
Neutre	L'élément est considéré comme neutre s'il n'en ressort aucune impression qualitative.