



Canada Council
for the Arts

Conseil des arts
du Canada

**Campagne de marketing de contenu pour le 50^e anniversaire
de la Banque d'art**

DEMANDE DE PROPOSITIONS

TABLE DES MATIÈRES

1.0 RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX ET INSTRUCTIONS.....	4
1.1 OBJET DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS.....	4
1.2 À PROPOS DU CONSEIL DES ARTS DU CANADA.....	4
1.3 CONTEXTE.....	5
1.4 ACCEPTATION OU REJET DES PROPOSITIONS.....	5
1.5 DATES ET ÉCHÉANCIERS DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS.....	5
1.6 CONFIDENTIALITÉ ET OBLIGATION DU CONSEIL.....	6
1.7 MODALITÉS.....	6
1.8 DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS.....	6
1.9 INSTRUCTIONS.....	7
2.0 EXIGENCES DU CONSEIL.....	9
2.1 APERÇU.....	9
2.2 EXIGENCES EN MATIÈRE DE SERVICES.....	10
2.3 EXIGENCES - ÉCHÉANCIER GÉNÉRAL.....	10
2.4 AUTRES EXIGENCES.....	10
3.0 ÉVALUATION DES PROPOSITIONS.....	11
3.1 NOTATION.....	11
3.2 LISTE RESTREINTE.....	11
3.3 ENTENTES AVEC LES CABINETS RETENUS.....	11
4.0 MODALITÉS DU TRAVAIL.....	13
4.1 TÂCHES.....	13
4.2 SOUTIEN DU CLIENT.....	13
4.3 LIVRABLES ET ÉCHÉANCIER.....	13
4.4 LANGUES OFFICIELLES.....	13
4.5 LIEU DE TRAVAIL.....	13
4.6 DÉPLACEMENTS.....	13

ANNEXE A – FORMAT DE LA PROPOSITION	14
ANNEXE B – BARÈME DE PRIX, RESSOURCES ET VALEUR AJOUTÉE	16
B.1 BARÈME DE PRIX	16
B.2 CONNAISSANCES, EXPÉRIENCE ET CAPACITÉ	16
B.3 VALEUR AJOUTÉE	16

LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA

Campagne de marketing de contenu pour le 50^e anniversaire de la Banque d'art

DEMANDE DE PROPOSITIONS

1.0 RENSEIGNEMENTS GÉNÉRAUX ET INSTRUCTIONS

1.1 OBJET DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS

La présente demande de propositions invite les agences de communications marketing offrant un service complet (ci-après les cabinets) ayant une expertise dans le développement de contenu promotionnel et de célébration d'anniversaires commémoratifs à soumettre une proposition pour élaborer et mettre en œuvre une campagne de marketing de contenu pour le 50^e anniversaire de la Banque d'art au Conseil des arts du Canada (ci-après le Conseil).

1.2 À PROPOS DU CONSEIL DES ARTS DU CANADA

Le [Conseil des arts du Canada](#) contribue au dynamisme d'une scène artistique et littéraire créative et diversifiée et à son rayonnement ici et dans le monde. Le Conseil est l'organisme public de soutien aux arts du Canada.

Ses subventions, services, initiatives, prix et paiements aux artistes, auteures et auteurs ainsi qu'aux groupes et organismes artistiques du Canada soutiennent leur quête artistique, la production d'œuvres d'art et la promotion et la diffusion des arts.

Par ses activités de financement, de communication, de recherche et de promotion des arts, le Conseil favorise un engagement sans cesse accru des Canadiennes et des Canadiens et du public international envers les arts.

Son [Programme du droit de prêt public \(DPP\)](#) remet des paiements annuels aux créateurs dont les œuvres se trouvent dans les bibliothèques publiques canadiennes.

Sa Banque d'art met à la disposition d'un large public une collection de 17 000 œuvres d'art contemporain canadien grâce à des programmes de location d'œuvres, de prêt et diffusion.

La Commission canadienne pour l'UNESCO relève du Conseil, elle partage avec lui une histoire et un destin commun pour un développement durable caractérisé par les arts, la science, la culture, l'équité et la paix.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur ce qui précède, veuillez consulter les sites web suivants du Conseil :

- Conseil des arts du Canada : <https://conseildesarts.ca/>
- Programme du droit de prêt public : <https://droitdepretpublic.ca/>
- Banque d'art : <https://banquedart.ca/>
- Commission canadienne pour l'UNESCO : <https://fr.ccunesco.ca/>

1.3 CONTEXTE

La Banque d'art du Conseil des arts du Canada met des œuvres d'art contemporaines à la disposition d'un large public dans tout le pays par la location d'œuvres d'art par des entreprises, des expositions et des mesures de rayonnement, notamment de prêts aux musées. Avec plus de 17 000 œuvres d'art de plus de 3 000 artistes, la Banque d'art possède la plus grande collection d'œuvres d'art contemporaines canadiennes du monde.

La Banque d'art requiert les services d'une entreprise de communications marketing offrant un service complet pour élaborer et mettre en œuvre une campagne de marketing de contenu pour son 50^e anniversaire en 2022. La campagne sera menée sur une période de 6 à 8 mois commençant au printemps de 2022 et finissant en décembre. Le contenu sera publié dans les deux langues sur les sites web et les comptes de médias sociaux (Facebook, Twitter, Instagram) de la Banque d'art et du Conseil des arts du Canada. Le cabinet sera responsable de la mise au point et de l'exécution d'une stratégie de contenu comprenant un maximum de 50 éléments de contenu unique. La présentation et le ton de la campagne doivent cadrer avec les attributs de la marque du Conseil des arts du Canada, et le cabinet doit travailler avec le personnel de la Banque d'art pour aligner le déploiement sur les activités prévues par celle-ci pendant la durée de la campagne. Le contenu peut comprendre des éléments écrits, audio, vidéo, infographiques et interactifs.

1.4 ACCEPTATION OU REJET DES PROPOSITIONS

Le Conseil a l'intention d'examiner les propositions présentées et de ne pas exclure de négocier avec une, ou plus d'une, des parties ayant répondu à cette demande de propositions afin de finaliser les modalités techniques et commerciales. **Le Conseil se réserve le droit d'accepter toute proposition, ou toute partie d'une proposition soumise qui est considérée, à son entière discrétion, être la plus avantageuse pour lui.**

Le Conseil n'est pas tenu d'accepter la proposition dont le coût est le moins élevé ni aucune proposition que ce soit et le Conseil pourrait tenir compte de tout critère dans l'évaluation des réponses à la présente demande de propositions. Le Conseil n'est pas tenu de fournir une explication aux parties répondantes quant au pouvoir discrétionnaire du Conseil.

Le Conseil se réserve le droit, à sa discrétion, de demander des renseignements complémentaires ou des clarifications au sujet de toute proposition présentée en réponse à cette demande de propositions, et est en droit d'utiliser toute information ou clarification obtenue pour prendre une décision quant à la proposition retenue, le cas échéant.

1.5 DATES ET ÉCHÉANCIERS DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS

Le calendrier suivant sera respecté pour la présente demande de propositions :

Affichage de la demande dans MERX	17 décembre 2021
Les bureaux du Conseil des arts du Canada sont fermés	Du 23 décembre 2021 au 3 janvier 2022
Date limite pour poser des questions au sujet de la demande	5 janvier 2022
Affichage des questions et réponses dans MERX	14 janvier 2022
Date limite de présentation des propositions	21 janvier 2022
Négociation des contrats (demandes supplémentaires des cabinets finalistes si requis)	Du 24 au 28 janvier 2022
Début du contrat	7 février 2022

Période de validité de la proposition : Le Conseil doit disposer d'au moins soixante (60) jours à partir de la date de clôture pour accepter les propositions soumises; celles-ci doivent demeurer ouvertes pendant cette période.

1.6 CONFIDENTIALITÉ ET OBLIGATION DU CONSEIL

Toute l'information fournie aux cabinets, y compris la demande de propositions, demeure la propriété exclusive du Conseil. À ce titre, la confidentialité de toutes les données et de toute l'information doit être strictement respectée; celles-ci ne peuvent être divulguées à une tierce partie sans le consentement écrit exprès du Conseil.

Ni la communication de la présente demande de propositions ni la réception, par le Conseil, des propositions n'obligent ce dernier à poser des actes, ni à assumer des responsabilités, ni à rembourser au cabinet les dépenses de préparation qu'il a engagées ou toute autre perte qu'il a subie durant la préparation de sa réponse à la présente demande de propositions, ni à l'indemniser. Le Conseil a le droit d'utiliser à n'importe quelle fin tous les renseignements présentés concernant la demande de propositions, sauf s'ils sont désignés comme étant confidentiels.

Les ententes ou clauses de confidentialité sont assujetties à l'alinéa 20(1)(b) de la [Loi sur l'accès à l'information](#) et doivent respecter les quatre conditions suivantes afin d'être traitées de façon confidentielle.

Les renseignements doivent être :

1. financiers, commerciaux, scientifiques ou techniques;
2. « confidentiels » – trois indicateurs de la confidentialité :
 - les renseignements que comprend le document ne sont pas accessibles à partir d'autres sources du domaine public ni ne peuvent être obtenus par observation ou par étude indépendante par un simple citoyen agissant de son propre chef;
 - les circonstances dans lesquelles les renseignements sont obtenus et communiqués donnent lieu à une attente raisonnable qu'ils ne seront pas divulgués;
 - les renseignements sont communiqués, que ce soit parce que la loi l'exigeait ou à titre gracieux, dans le cadre d'une relation de confiance entre les parties ou d'une relation qui n'est pas contraire à l'intérêt public et l'échange confidentiel des renseignements doit favoriser cette relation dans l'intérêt du public;
3. fournis à une institution gouvernementale par un tiers;
4. traités comme tels de façon constante par ce tiers.

1.7 MODALITÉS

Le ou les cabinets retenus devront conclure un contrat avec le Conseil qui énoncera les modalités de la présente demande de propositions et toute négociation ou clarification subséquente. Le Conseil se réserve le droit de modifier ou d'amender cette forme d'entente avant sa conclusion et son exécution avec la partie ayant soumis la proposition retenue.

1.8 DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS

Veuillez soumettre toute question par écrit, par courriel, à la personne ressource dont les coordonnées figurent ci-dessous, et le Conseil vous répondra. Afin de s'assurer que tous les cabinets reçoivent de l'information équivalente, le Conseil publiera sur MERX les questions et réponses pertinentes aux fins de

clarification. La date limite d'envoi de questions est le 5 janvier 2022 à 17 h 00 HNE (heure locale d'Ottawa).

Les requêtes concernant tout aspect de la présente demande de propositions peuvent être envoyées à :

Personne ressource : Martha Young

Titre : Coordinatrice des opérations et du marketing, Banque d'art

Courriel : bda@conseildesarts.ca

1.9 INSTRUCTIONS

1.9.1 INTENTION DE RÉPONDRE À LA DEMANDE DE PROPOSITIONS

Veuillez répondre par courriel (à l'adresse figurant à la section 1.8) que vous avez pris connaissance de la présente demande de propositions et mentionner votre intention de soumettre une proposition d'ici le 14 janvier 2022 à 17 h 00 HNE (heure locale d'Ottawa). Une adresse électronique de retour doit être indiquée dans la proposition.

1.9.2 RÉCEPTION DES PROPOSITIONS

Une fois remplie, la proposition doit être envoyée électroniquement, par courriel, à la date limite du 21 janvier 2022 avant 17 h 00 HNE (heure locale d'Ottawa). La proposition ne doit pas dépasser 20 MB. Veuillez indiquer le titre de la demande de propositions dans la ligne d'objet du courriel.

Toutes les propositions doivent être:

- 1) signées par un agent dûment autorisé;
- 2) comprendre un énoncé selon lequel le cabinet a examiné et compris la demande et addenda (si applicable), et
- 3) démontrer que le cabinet dispose des ressources techniques, financières et humaines nécessaires pour fournir les services énoncés dans la demande de propositions, dans le respect des [délais](#) prescrits.

Il incombe aux cabinets de consultants de s'assurer que les propositions sont reçues par le Conseil avant la date et l'heure de clôture. Les propositions reçues après la date et l'heure de clôture ne seront pas admissibles et ne seront pas évaluées.

1.9.3 FORMAT DES PROPOSITIONS

Pour garantir l'évaluation uniforme de toutes les propositions, celles-ci doivent être présentées dans le format prescrit à l'[Annexe A](#) de la présente demande de propositions.

Dans sa proposition, le cabinet doit répondre entièrement à chacun des éléments des exigences du Conseil tels qu'ils sont décrits à la [Section 2.2 \(Exigences en matière de services\)](#). Toute amélioration ou tout changement devrait être clairement indiqué et expliqué. Le cabinet peut aussi présenter des suggestions qui dépassent le cadre des exigences précisées.

Toutes les modalités énoncées dans la demande de propositions sont acceptées et intégrées à la proposition, à moins qu'une objection soit soulevée expressément.

1.9.4 MODIFICATION DE LA PROPOSITION

Les cabinets peuvent modifier leur proposition jusqu'à la date et à l'heure de clôture précisées.

1.9.5 MODIFICATION OU RETRAIT DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS

Toute correction ou clarification relative à la demande de propositions sera publiée sous forme d'addenda à la demande et sera publiée sur MERX. Aucune interprétation, correction, clarification, ni modification de la demande présentée sous une forme autre qu'un addenda ne liera le Conseil. Les cabinets doivent accuser réception de tous les addenda dans leur proposition.

1.9.6 RETOUR DES PROPOSITIONS

Les propositions non retenues ne seront pas retournées aux cabinets.

2.0 EXIGENCES DU CONSEIL

2.1 APERÇU

La Banque d'art est un organisme de location d'œuvres d'art offrant un service complet. Elle propose une collection de plus de 17 000 œuvres d'artistes canadiens, notamment des peintures, des dessins, des sculptures, des œuvres textiles et des photographies. Les œuvres ont été achetées au cours des cinq dernières décennies dans le but de les louer à des clients des secteurs public et privé au Canada. La Banque d'art prête également des œuvres à des galeries et à des musées au Canada et à l'étranger afin de les exposer dans le cadre de grandes expositions ou de rétrospectives. La Banque d'art est aussi responsable de la présentation des expositions qui ont lieu dans l'espace d'exposition du Conseil des arts, Âjagemô. La collection comprend des œuvres d'artistes primés des années 1960 à aujourd'hui, notamment Edward Burtynsky, Jack Bush, Sarindar Dhaliwal, Jacques Hurtubise, William Kurelek, Rita Letendre, Meryl McMaster, Kent Monkman, Norval Morriseau, Alfred Pellan, Edward Pien, Jean-Paul Riopelle, Denyse Thomasos et Joyce Wieland. Pour plus d'information sur la Banque d'art et pour voir l'ensemble de la collection, visitez le site <https://banquedart.ca/>.

En 2022, la Banque d'art célébrera son 50^e anniversaire. Les anniversaires importants sont des occasions de reconnaître l'histoire et le succès de l'organisme et de le repositionner pour l'avenir. En conformité avec le plan stratégique du Conseil, *L'art, plus que jamais*, cet anniversaire présente une occasion de repositionner la Banque d'art en tant que programme innovateur, durable et résilient du Conseil.

La Banque d'art souhaite travailler avec une entreprise de communications marketing offrant un service complet pour élaborer et mettre en œuvre la trousse de contenu qui sera au centre de la campagne de marketing de la Banque d'art à l'occasion de son 50^e anniversaire.

Une campagne réussie augmentera la visibilité de la Banque d'art et démontrera les bénéfices qu'elle a apportés à ses parties intéressées, notamment les artistes, ses clients et ses partenaires. Elle repositionnera également la Banque d'art alors que nous jetons les bases pour l'avenir. Voici certains des indicateurs de rendement clés de la campagne :

- une demande accrue de nos programmes de location d'œuvres d'art, d'exposition et de rayonnement, de la part de nos clients
- des anecdotes sur les bénéfices de la Banque d'art, fournies par les parties intéressées
- une portée élargie et un engagement accru de nouveaux publics, sur nos comptes de médias sociaux

Au printemps 2022, la Banque d'art planifie publier une série de capsules sur le rôle unique qu'elle joue pour rendre les œuvres d'art accessibles à la population canadienne dans les espaces publics et les bureaux par des expositions, des prêts et des activités de rayonnement, tant en présentiel que virtuellement. Ces capsules présenteront également l'influence qu'a la Banque d'art sur le milieu des arts visuels, les retombées pour les clients en milieu de travail et ce que signifie cette représentation dans la collection pour les artistes. Les capsules mettront en vedette un groupe diversifié d'artistes, d'organismes artistiques, de partenaires, de collaborateurs, de musées et d'autres clients de nos programmes de location. La Banque d'art souhaite produire une variété de contenu, y compris du contenu écrit, audio et vidéo. Ces capsules bilingues (contenu) seront diffusées périodiquement et stratégiquement jusqu'en décembre 2022 sur les sites web et les comptes de médias sociaux de la Banque d'art et du Conseil des arts. Après la campagne d'anniversaire, la Banque d'art souhaite explorer des idées pour continuer de communiquer avec son public au moyen des canaux numériques.

2.2 EXIGENCES EN MATIÈRE DE SERVICES

Élaboration et mise en œuvre de la trousse de contenu de la campagne de marketing :

Établir un calendrier rédactionnel et un cadre de planification pour la création et la diffusion des capsules sur l'histoire, la collection et les aspirations de la Banque d'art qui sont ancrées dans des messages clés à son sujet, en conformité avec les exigences de l'équipe des Communications du Conseil. La campagne sera déployée du printemps 2022 jusqu'en décembre. Un maximum de 50 éléments de contenu sera requis. La production de contenu pourrait supposer la création de contenu, du montage vidéo, du marketing de contenu et par courriel, le recours aux médias sociaux et à l'analytique, du graphisme, des publicités payées, une collaboration avec des partenaires et une compréhension des Règles pour l'accessibilité des contenus Web, niveau AA.

Travailler avec la Banque d'art pour établir des indicateurs de rendement clés aux fins de la stratégie de marketing de contenu et rendre compte des résultats mensuellement et à la fin de la campagne.

Produire du contenu adapté à différents canaux : sites web et comptes de médias sociaux de la Banque d'art et du Conseil, canaux de partenaires et médias. Le contenu peut inclure un éventail de composantes écrites, audio, vidéo, infographiques et interactives. L'équipe du contenu du Conseil des arts du Canada révisera et traduira tout le contenu avant sa publication. Il faut donc prévoir le temps nécessaire à la révision et à la traduction.

Créer une approche de réalisation et des biens visuels pour cette campagne axée sur des capsules qui respecte l'identité visuelle et les lignes directrices sur l'image de marque fournies par le Conseil des arts du Canada.

Dans la foulée du 50^e anniversaire de la Banque d'art, recommander des possibilités d'engagement numérique qui préparent la voie pour la croissance future de l'organisme.

2.3 EXIGENCES - ÉCHÉANCIER GÉNÉRAL

Les échéanciers exacts seront définis de concert avec le cabinet retenu. Cependant, un échéancier général est prévu comme suit:

- Février : définir la portée du travail, rencontrer les intervenants internes, rédiger la stratégie de contenu
- Mars : achever et faire approuver le plan, y compris le calendrier de déploiement, et faire approuver la présentation et le ton de la campagne
- Avril : rédiger le contenu
- Mai : commencer à diffuser le contenu, continuer à travailler à la production de nouveaux éléments de contenu au cours de l'été et de l'automne
- Chaque mois, de juin à décembre : produire des rapports sur les indicateurs de rendement clés
- Fin décembre : fin du programme
- Janvier : présenter un rapport sur les résultats de la campagne et recommander de futures possibilités d'engagement numérique

2.4 AUTRES EXIGENCES

Aucune autre exigence.

3.0 ÉVALUATION DES PROPOSITIONS

3.1 NOTATION

Les propositions seront évaluées en fonction d'une grille de « points attribués », ce qui nécessitera une analyse de la proposition dans son ensemble, y compris, sans toutefois s'y limiter, des éléments tels que :

- La présentation de la proposition est conforme aux instructions (réussi / échec)
- Capacité du cabinet (60 %)
 - [Section A : Sommaire de la proposition](#)
 - [Section B : Profil du cabinet](#)
 - [Section C : Pertinence du cabinet](#)
 - [Section D : Exigences en matière de services](#)
 - [Section E : Normes en matière de services](#)
 - [Section F : Références](#)
 - [Section G : Exigences quant à l'échéancier](#)
- Barème des prix du cabinet (40 %)
 - [Section H : Barème des prix, expérience et valeur ajoutée](#)
 - [Annexe B](#)

Les cabinets sont tenus de démontrer dans leur proposition qu'ils sont en mesure de répondre aux critères susmentionnés. Le Conseil se réserve le droit, à sa seule discrétion, de demander, verbalement ou par écrit, des éclaircissements relativement à tout renseignement supplémentaire concernant les propositions qui sont considérées comme adéquates.

3.2 LISTE RESTREINTE

Une liste restreinte de cabinets sélectionnés sera établie à partir de l'analyse effectuée par le Conseil. Les cabinets figurant sur cette liste seront avisés par écrit et le Conseil se réserve le droit de demander à celles-ci de faire une présentation d'une heure à son comité de sélection.

Le Conseil conserve les pleins pouvoirs décisionnels relativement aux propositions qui répondent aux exigences énoncées dans la demande de propositions, et aux éléments probants servant à démontrer le respect de ces exigences.

3.3 ENTENTES AVEC LES CABINETS RETENUS

Le Conseil entreprendra des négociations avec le ou les cabinets retenus en vue de conclure un contrat (le contrat), selon des modalités qui lui conviennent. Le contrat sera d'une durée d'**un an pour le contrat de base, avec deux périodes d'option d'un an** en faveur du Conseil. Advenant que le service fourni ne réponde pas aux attentes du Conseil, ce dernier se réserve le droit d'annuler le contrat à tout moment. Dans un tel cas, un avis de trente (30) jours sera fourni au cabinet.

Si le Conseil ne peut conclure une entente qu'il estime acceptable dans les soixante (60) jours suivant la sélection du cabinet retenu, il peut alors l'exclure et réévaluer les autres propositions, sans droit ni possibilité de recours contre lui.

Tous les proposant seront avisés des résultats de la demande de propositions, incluant le nom du proposant gagnant, une fois que toutes les propositions auront été revues et que des négociations auront

été finalisées et acceptées entre le Conseil et le proposant gagnant. Les avis seront envoyés par courriel et/ou via appel téléphonique, selon la préférence du Conseil. Dans les 15 jours suivant l'avis d'octroi du contrat, les proposants non retenus peuvent demander la tenue d'un compte rendu de leur proposition à une date ultérieure.

4.0 MODALITÉS DU TRAVAIL

4.1 TÂCHES

Les livrables, les échéances et les jalons précis seront déterminés par le responsable du projet durant la négociation du contrat. Le responsable du projet discutera du niveau d'effort associé à chaque tâche (nombre de jours) et de sa portée.

Le travail comprendra l'élaboration d'une stratégie de contenu, la production de contenu original, la conception d'éléments de marque, la tenue d'entrevues ou la communication avec des parties intéressées de la Banque d'art, l'établissement d'indicateurs de rendement clés et la production de rapports.

4.2 SOUTIEN DU CLIENT

Le Responsable du projet :

- assurera la gestion globale du projet;
- fournira au cabinet des documents d'information aux fins d'examen;
- assistera le cabinet pour l'obtention des documents et données du Conseil, le cas échéant;
- révisera et traduira tout le contenu;
- donnera l'approbation et l'acceptation finale de tous les livrables;
- donner de la rétroaction au cabinet relativement à tous les livrables.

4.3 LIVRABLES ET ÉCHÉANCIER

Les livrables peuvent inclure des plans de travail, des rapports d'évaluation des conclusions, de la documentation sur les processus et d'autres livrables connexes.

4.4 LANGUES OFFICIELLES

Le travail, y compris les tâches et les livrables, sera effectué en français ou en anglais; toutefois, l'équipe doit être en mesure d'offrir des services dans les deux langues officielles. Cela s'applique spécialement aux réunions.

4.5 LIEU DE TRAVAIL

Le travail sera effectué principalement dans les bureaux de l'entreprise, les réunions et les discussions se déroulant au besoin dans les bureaux du chargé de projet.

4.6 DÉPLACEMENTS

Aucun déplacement à l'extérieur de la RCN ne sera requis. Les déplacements dans la RCN ne seront pas remboursés.

ANNEXE A – FORMAT DE LA PROPOSITION

Pour que toutes les propositions puissent être évaluées de façon équitable, elles doivent comprendre les sections suivantes :

SECTION A SOMMAIRE DE LA PROPOSITION

SECTION B PROFIL DU CABINET

Cette section doit comprendre :

- dénomination sociale et adresse au Canada;
- coordonnées de la personne responsable de la présentation de la proposition;
 - nom, titre, téléphone, courriel
 - signature autorisée et date
- site web;
- affiliations professionnelles;
- nombre d'années en affaires à titre de cabinet de communications marketing offrant un service complet au Canada;
- nombre de clients de base;
- capacité financière;
- secteur géographique des activités;
- une courte description de votre cabinet, incluant le nombre d'employés équivalent temps plein (nombre d'employés par rapport aux contractuels), durée moyenne d'emploi, un organigramme et un curriculum vitae sommaire de chaque cadre supérieur.
 - Veuillez fournir des précisions se rapportant spécifiquement au contrat proposé
-

SECTION C PERTINENCE DU CABINET

Dans cette section, le cabinet doit préciser en deux pages les motifs pour lesquels il estime être le plus apte à répondre aux exigences du Conseil pour une campagne de marketing de contenu dans le cadre de l'anniversaire de la Banque d'art.

Veillez décrire des travaux que votre cabinet a réalisés en matière de consultation en marketing et image de marque avec (a) des sociétés d'État ou (b) des agences ou organismes similaires et (c) des organismes œuvrant dans le domaine des arts et de la culture. Une connaissance et une compréhension manifestes du secteur des arts et de la culture seraient un atout.

Le cabinet doit être en mesure de montrer son expérience de la prestation d'une campagne de marketing de contenu pour des organismes et des agences similaires et montrer son rayonnement au Canada.

SECTION D EXIGENCES EN MATIÈRE DE SERVICES

Cette section devrait être divisée en sous-parties correspondant à chacun des principaux volets de travail décrits à la rubrique [Exigences du Conseil en matière de services](#) (2.2) de la présente demande de propositions. Le cabinet doit fournir des sommaires de projet décrivant au moins deux (2) mandats se rapportant à chacun des volets qui ont été réalisés au cours des trois (3) dernières années et qui démontrent l'expérience et les qualifications avec des organismes et agences similaires. Le cabinet doit montrer ses qualifications pour chacun des principaux volets et décrire en quoi la prestation de ce service

a été utile à ses clients. Le cabinet doit démontrer une expérience dans l'élaboration et l'administration d'une campagne de marketing de contenu.

SECTION E NORMES EN MATIÈRE DE SERVICES

Cette section doit décrire l'approche du cabinet, sa méthodologie et les accélérateurs de gestion et réalisation de projets de cette nature (sur la base des exemples indiqués à la [Section D](#)).

Cette section doit aussi démontrer ce qui suit :

- La capacité du cabinet à offrir un service pratique, hautement personnalisé et adapté aux besoins du Conseil et à respecter les échéanciers établis;
- La proposition du cabinet si le travail proposé n'est pas satisfaisant;
- La capacité du cabinet à offrir un service de grande qualité au Conseil dans les deux langues officielles.

SECTION F RÉFÉRENCES

Veillez fournir cinq (5) références d'organismes clients existants comparables, y compris les noms des principales personnes ressources, leur numéro de téléphone et leur adresse de courriel. Résumez le travail qui a été effectué pour leur organisme et indiquez en quelle année les services ont été rendus. Au moins trois (3) de ces références devraient provenir de ministères ou d'agences du Gouvernement du Canada ou de sociétés d'État. Des références du secteur privé peuvent aussi être fournies, le cas échéant.

SECTION G EXIGENCES QUANT À L'ÉCHÉANCIER

Dans cette section, le cabinet doit démontrer sa capacité à respecter les délais indiqués à la [Section 2.3](#) et démontrer sa disponibilité et sa capacité à réaliser les projets de transformation majeure dans les délais demandés.

SECTION H BARÈME DE PRIX, EXPÉRIENCE/RESSOURCES ET VALEUR AJOUTÉE

Cette section devrait indiquer la valeur totale du contrat et décrire les tarifs des services pour chacune des catégories de ressources (voir les rôles à l'[Annexe B](#)). Des curriculum vitae doivent être fournis pour chacun des rôles afin de montrer le champ d'expérience et la disponibilité de ces ressources à commencer immédiatement à travailler aux volets proposés.

Fournissez une ventilation des coûts estimés pour la campagne de marketing de contenu. Spécifiez le type et le nombre d'éléments de contenu compris dans votre ventilation. Indiquez s'il y a des services qui ne sont pas inclus dans l'estimation des coûts et qui devraient être pris en compte.

Veillez indiquer si votre cabinet offrirait des seuils de tarif en fonction des dépenses ou si des incitatifs comme des modalités de paiement anticipé ou des rabais pour projets regroupés pourraient s'appliquer.

Décrivez tout autre service à valeur ajoutée que pourrait offrir votre cabinet. Expliquez tout autre avantage financier que procurerait au Conseil l'octroi du contrat à votre cabinet.

ANNEXE B – BARÈME DE PRIX, RESSOURCES ET VALEUR AJOUTÉE

Un barème de prix doit être ajouté pour que la proposition soit exhaustive.

B.1 BARÈME DE PRIX

Pour que toutes les propositions puissent être évaluées de façon équitable, veuillez indiquer un tarif pour chacun des rôles/services identifiés ci-dessous. Spécifiez les types et le nombre d'éléments de contenu compris dans votre ventilation. Indiquez s'il y a des services qui ne sont pas inclus dans l'estimation des coûts et qui devraient être pris en compte :

Barème des tarifs

	\$/heure	Tarif quotidien
Rôle/service		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		
Rôle		

Note : si d'autres rôles sont nécessaires afin d'être en mesure de fournir les services demandés par le Conseil, veuillez les indiquer, ainsi que leur tarif, et décrire les besoins attendus pour ce type de ressource.

B.2 CONNAISSANCES, EXPÉRIENCE ET CAPACITÉ

Il est important pour le Conseil de bénéficier de ressources compétentes soutenues par leur cabinet pour effectuer le travail souhaité. Décrivez les ressources, y compris leurs connaissances, leurs qualifications et leur expérience qui leur permettront de fournir les services demandés par le Conseil. Veuillez fournir un curriculum vitae pour chacun des rôles susmentionnés.

B.3 VALEUR AJOUTÉE

Veuillez indiquer si votre cabinet offrirait des seuils de tarif en fonction des dépenses ou si des incitatifs additionnels comme des modalités de paiement anticipé ou des rabais pour projets regroupés pourraient s'appliquer

Décrivez tout autre service à valeur ajoutée que pourrait offrir votre cabinet. Expliquez tout autre avantage financier que procurerait au Conseil l'octroi du contrat à votre cabinet.