

Questions et réponses sur la DDP pour les relations médiatiques

N° DE LA DDP : 20220517

1. Selon vos estimations, combien de membres du personnel du Conseil des arts ont besoin d'une formation de porte-parole auprès des médias chaque année?

Nous ne pouvons pas confirmer le nombre de porte-parole qui ont besoin de formation. Le Conseil des arts travaillera avec le fournisseur retenu pour établir une approche et un calendrier de formations personnalisées raisonnables. Nous estimons à entre 8 et 16 le nombre de personnes qui auront besoin d'une telle formation.

2. Nous limitons normalement à 3 ou 4 le nombre de participants à nos ateliers en ligne d'une demi-journée et à 7 le nombre de participants à nos ateliers en personne d'une journée. À la lumière de ces limites, selon vous, combien de séances de formation pour les porte-parole seront nécessaires la première année?

Bien que le Conseil soit ouvert à envisager diverses propositions en matière de formation, un modèle d'accompagnement individuel pour les porte-parole serait apprécié. Il n'est pas encore possible d'établir le nombre total de séances de formation qui seront requises.

Veuillez consulter l'annexe B pour connaître les éléments clés du modèle de formation proposé.

3. Combien de membres du personnel du Conseil des arts ont besoin d'une formation générale sur les médias?

Le nombre exact de membres du personnel du Conseil des arts qui ont besoin d'une formation générale sur les médias n'est pas encore confirmé. Nous estimons à entre 50 et 75 le nombre de personnes qui auront besoin d'une telle formation.

4. Pouvez-vous nous en dire davantage sur les types de sujets que devrait aborder la formation ne s'adressant pas aux porte-parole (c.-à-d. la formation générale sur les médias)?

Le Conseil souhaite permettre au personnel d'en apprendre davantage sur la fonction des relations médiatiques, notamment l'importance de suivre les protocoles établis comme le triage des demandes des médias et d'autres pratiques exemplaires auxquelles le Conseil des arts a recours. Les participants devraient être exposés à une variété de situations et de scénarios qu'ils pourraient rencontrer dans un contexte professionnel compte tenu du fait qu'ils ne sont pas porte-parole.

5. Avez-vous un guide ou une politique à jour sur les relations médiatiques que nous pourrions utiliser pour personnaliser nos séances de formation?

Nous remettrons au fournisseur retenu des documents internes pertinents pour appuyer son travail.

6. Pourrions-nous avoir accès à vos rapports de surveillance et d'analyse des médias pour personnaliser les ateliers?

Nous remettrons des outils et des ressources internes au fournisseur retenu pour appuyer son travail.

7. Vous demandez des services dans les deux langues officielles. Les ressources doivent-elles toutes être complètement bilingues (c.-à-d. pour la mise en œuvre de séances de formation bilingues) ou accepterez-vous des ressources unilingues anglophones et francophones?

Le fournisseur retenu doit être en mesure de produire et de fournir la formation et tous les documents connexes en français et en anglais.

8. Vous demandez des renseignements sur nos ETP. Nous employons également des formateurs contractuels qui sont ou ont été des journalistes actifs et qui possèdent une expérience en tant que directeurs des communications de sociétés d'État. Évaluez-vous les ETP et le personnel contractuel selon des critères différents? Si oui, comment?

Nous évaluerons les ETP et le personnel contractuel de la même façon. Comme nous l'avons indiqué dans la section 2 de l'annexe B, nous ne faisons pas de distinction entre les deux.

9. Vous demandez des sommaires de projets réalisés au cours des trois (3) dernières années. Compte tenu de la baisse de la demande en formations occasionnée par la transition au télétravail par le personnel du gouvernement du Canada en raison de la pandémie de COVID-19, envisageriez-vous d'accepter des sommaires de projets réalisés au cours des quatre (4) dernières années?

Le Conseil s'intéresse aux expériences récentes et pertinentes. Comme indiqué à la section 2 de l'annexe B, il demande des sommaires de projets réalisés au cours des trois (3) dernières années afin d'évaluer les connaissances, l'expérience et les capacités de tous les fournisseurs.

Comme l'indique la section D sous Format de la proposition, les deux (2) mandats ou plus de formation sur les médias doivent avoir été réalisés auprès d'« organismes et agences similaires ». Il n'est pas nécessaire que cette expérience ait été acquise auprès de la fonction publique fédérale.

10. La demande de proposition fait référence au protocole de relations médiatiques du Conseil, est-ce que ce document est ou sera disponible?

Voir la réponse à la question 5.

11. Quelle sera la taille de chacun des groupes pour les deux formations suivantes (c'est-à-dire le nombre de personnes à former)?

- Accompagnement de porte-parole
- Formation générale sur les relations médiatiques pour les employés du Conseil

Voir les réponses aux questions 1 et 3.