

**Q&A's CIC-157511 – Round 1
(Le français suit)**

Questions 1:

On page 11, a “National” campaign is defined as being delivered to at least 4 regions of Canada, and the regions are listed as British Columbia, Prairies, Ontario, Atlantic, and the Territories. Where does Quebec fit within these regions, or is Quebec omitted purposely? One of our proposed example campaigns took place in 4 regions, if QC is included.

Answer 1:

Examples of campaigns that include representation in Quebec as part of the 4 regions will be considered as a National campaign.

Question 2:

For the campaign/project examples, the document states they must have been produced and completed within 5 years of the closing date. If we have a project that was started more than 5 years from the closing date, but was executed and completed within the 5 years, can it still be considered and applicable to the mandatory criteria? The project we have in mind was initiated in 2018, but spanned both 2018 and 2019. Given the pandemic severely impacted experiential and event marketing from 2020 thru 2022, certainly with respect to national campaigns – we’re hoping this consideration might be possible.

Answer 2:

Considering the unique circumstances surrounding the pandemic's impact on experiential marketing and in person event initiatives, it is reasonable to consider projects that were initiated more than 5 years prior to the closing date but were executed and completed within the 5-year timeframe.

Question 3 :

On page 11 under criteria MT1 “two of the campaigns are a multi-media”, can you please define what is meant by ‘multi-media’ for the purposes of this response?

Answer 3:

A multimedia campaign is a strategy that integrates multiple media to engage with an audience and communicate messaging. As an example, the approach can include traditional media, direct marketing, and in-person events, as well as digital channels such as video and social media.

Question 4:

I would like to obtain more information on how the "International Experience Canada Experiential Marketing Campaign" tender. The Solicitation number is CIC-157511. I am not able to find this tender opportunity on SAP ARIBA. Could you please provide some guidance?

Answer 4:

The “International Experience Canada Experiential Marketing Campaign” tender is only on Canada Buys : <https://canadabuys.canada.ca/en/tender-opportunities/tender-notice/cb-889-27768925> . You can find the request for proposal in the “Bidding details” tab.

Tour 1 de Questions et Réponses – CIC-157511

Question 1 :

À la page 11, une campagne "nationale" est définie comme étant diffusée dans au moins quatre régions du Canada, et les régions énumérées sont la Colombie-Britannique, les Prairies, l'Ontario, l'Atlantique et les Territoires. Quelle est la place du Québec dans ces régions, ou le Québec est-il volontairement omis ? L'une des campagnes que nous proposons à titre d'exemple s'est déroulée dans quatre régions, si l'on inclut le Québec.

Réponse 1 :

Les exemples de campagnes qui incluent une représentation du Québec dans les 4 régions seront considérés comme une campagne nationale.

Question 2 :

En ce qui concerne les exemples de campagnes/projets, le document indique qu'ils doivent avoir été produits et achevés dans les 5 ans suivant la date de clôture. Si nous avons un projet qui a été lancé plus de 5 ans après la date de clôture, mais qui a été exécuté et achevé dans les 5 ans, peut-il toujours être considéré et applicable aux critères obligatoires ? Le projet que nous avons à l'esprit a été lancé en 2018, mais s'est étalé sur 2018 et 2019. Étant donné que la pandémie a eu de graves répercussions sur le marketing expérientiel et événementiel de 2020 à 2022, en particulier en ce qui concerne les campagnes nationales, nous espérons qu'il sera possible d'en tenir compte.

Réponse 2 :

Compte tenu des circonstances uniques entourant l'impact de la pandémie sur les initiatives de marketing expérientiel et d'événements en personne, il est raisonnable de prendre en considération les projets qui ont été lancés plus de 5 ans avant la date de clôture, mais qui ont été exécutés et achevés dans le délai de 5 ans.

Question 3 :

À la page 11, sous le critère MT1, "deux des campagnes sont multimédias", pouvez-vous définir ce que vous entendez par "multimédias" dans le cadre de cette réponse ?

Réponse 3 :

Une campagne multimédia est une stratégie qui intègre plusieurs médias pour toucher un public et communiquer un message. Par exemple, l'approche peut inclure les médias traditionnels, le marketing direct et les événements en personne, ainsi que des canaux numériques tels que la vidéo et les médias sociaux.

Question 4 :

J'aimerais obtenir plus d'informations sur l'appel d'offres "Campagne de marketing expérientiel pour Expérience internationale Canada". Le numéro de l'appel d'offres est CIC-157511. Je ne parviens pas à trouver cet appel d'offres sur SAP ARIBA. Pourriez-vous m'aider ?

Réponse 4 :

La sollicitation « Campagne de marketing expérientiel pour Expérience International Canada » est seulement sur le site Achats Canada :

<https://achatscanada.canada.ca/fr/occasions-de-marche/appels-d-offres/cb-889-27768925> .

Vous pouvez trouver la demande de proposition dans l'onglet « Détails de l'offre ».