

**Q&A's CIC-157511 – Round 2
(Le français suit)**

Questions 5:

Pg. 11: Could you please provide your definition of a multi-media campaign; referenced in MT1 on pg. 12?

Answer 5:

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 6:

Pg.12: Re: note to bidder / cross-reference pages; where would you like this chart included? In the upfront of the technical bid or completed and submitted in the original RFP document?

Answer 6:

You can extract the chart, fill it out separately and include it in your technical bid.

Question 7 :

Pg.12: What is required to meet the mandatory criteria for MF1 and MF2? Alignment to the Basis of Payment in Appendix E?

Answer 7:

MF1: The limitation of expenditure of the initial contract must not exceed \$400,000.00 (all inclusive of any expenditures). Applicable taxes are extra. Initial contract is referring to Table A in Appendix E.

MF2: The limitation of expenditure of the option year must not exceed \$200,000.00 (all inclusive of any expenditures). Applicable taxes are extra. Option year is referring to Table B in Appendix E.

Question 8:

Pg.40/41: To effectively complete Appendix E; further planning / client discussions are required as not all elements listed in the SOW are achievable within scope and there is ambiguity surrounding content / qty and type of events / etc; is there an opportunity to amend the financial bid to an hourly rate evaluation for a more equitable evaluation across submissions?

Answer 8:

Appendix E will not be amended, if further clarification is required please submit your questions by email.

Question 9:

Pg. 13, 4.1.1.2: Paragraph 3 references two (2) influencer marketing campaigns; however RT1-6 reference different types of campaign experience with no further mention of influencer marketing; is this an error or can you please clarify how the influencer campaigns fit into the submission?

Answer 9:

Please refer to RFP_Experiential_Marketing_Campaign – CIC-157511 – AMD001 to see corrected information.

Question 10:

Pg. 15/16/17/18: Clarifying, are we able to repeat case studies between Mandatory and Point-rated sections?

Answer 10:

Yes, it is allowed to use the same case studies for both the Mandatory and Point-rated sections.

Question 11 :

Pg. 23, 5.2.4: In relation to "...every individual proposed in its bid..." & 5.2.5: In relation to: "...information provided in the resumes and supporting materials..."; There is no request for an org. chart / outline of proposed individuals / resumes in the technical submission requirements; where / how would you like to see this information presented?

Answer 11:

Bidders are free to submit this information as they see fit.

Question 12 :

Pg. 33/34, Section 8: How do you define virtual tactics?

Answer 12:

Virtual tactics refers to the strategic approach of using digital technologies to achieve a campaign's objectives. They aim to engage the audience and raise awareness about the International Experience Canada program. Examples of virtual tactics could include, but are not limited to:

Digital Content Marketing:

- Creating digital content such as quizzes and interactive activities to attract and engage the target audience.

Social Media:

- Using social media platforms to enhance and amplify the impact of events. This involves promoting products like: user-generated content, interactive experiences, post-event engagement strategies.

Question 13 :

Appendix "I", referenced on pg. 10 regarding Vendor Information to be included in the Financial Bid doesn't seem to be included in the RFP Appendices. Could you please advise of the content of Appendix "I" and if it differs from the 3 bid requirements (Legal Name / Business Number / Contact Info) listed on pg.10?

Réponse 13 :

Please refer to RFP_Experiential_Marketing_Campaign – CIC-157511 – AMD001 to see corrected information.

Question 14 :

We would like to confirm that AO CIC-157511 is only for experiential marketing and not influencer marketing. We noticed a mention of an influencer campaign for February 2024. Would you know if an AO process was in place or if the offer is still open?

Réponse 14:

RFP CIC-157511 is for experiential marketing. For the other RFP (Influencer Campaign), the solicitation is closed.

Questions 15:

Is this bid accessible to the general public?

Answer 15:

This requirement is posted on Canada Buys. It is open to all companies that are registered to Canada Buys.

Question 16:

How many agencies are currently involved in the bidding process?

Answer 16:

Canada will not disclose this information.

Question 17 :

Could you provide further details regarding the requirement for three rounds of creative as part of the submissions?

Answer 17:

The details regarding the requirement for three rounds of creative as part of the submissions are in Part 3 – Bid Preparation Instructions:

3.1 Bid Preparation Instructions

Canada requests that bidders provide their bid in separately bound sections as follows:

Section I: Technical Bid one (1) soft/electronic copy via email in .pdf format

Section II: Financial Bid one (1) soft/electronic copy via email in .pdf format

Section III: Certifications one (1) soft/electronic copy via email in .pdf format

Canada requests that respondents submit their response in unprotected (i.e. no password) PDF format by email. Complete size of emails containing a response must not exceed 10MB. Emails exceeding 10MB will not be received. Should the size of email(s) exceed 10MB, respondents must contact the Contracting Authority at least 48 hours prior to the closing date to discuss alternatives.

Prices must appear in the financial bid only. No prices must be indicated in any other section of the bid.

Canada requests that bidders follow the format instructions described below in the preparation of their bid:

- (a) use a numbering system that corresponds to the bid solicitation; and
- (b) page numbering must be used on the bottom right of each page of the proposal

In accordance with the [Treasury Board Contracting Policy](#) and the *Accessible Canada Act*, federal departments and agencies must consider accessibility criteria and features when procuring goods or services. Therefore, bidders are encouraged to highlight all the accessibility features and components of their proposal for this Statement of Work (SOW) and must:

- (i) demonstrate how the bidder's proposed goods and/or services meet the accessibility requirement at delivery; or
- (ii) describe how the bidder would deliver its goods and/or services under any resulting contract in a way that satisfies the mandatory requirement

Section I: Technical Bid

In their technical bid, Bidders should demonstrate their understanding of the requirements contained in the bid solicitation and explain how they will meet these requirements. Bidders should demonstrate their capability and describe their approach in a thorough, concise and clear manner for carrying out the work.

The technical bid should address clearly and in sufficient depth the points that are subject to the evaluation criteria against which the bid will be evaluated. Simply repeating the statement contained in the bid solicitation is not sufficient. In order to facilitate the evaluation of the bid, Canada requests that Bidders address and present topics in the order of the evaluation criteria under the same headings. To avoid duplication, Bidders may refer to different sections of their bids by identifying the specific paragraph and page number where the subject topic has already been addressed.

Section II: Financial Bid

Bidders must submit their financial bid in accordance with Appendix "E", Basis of Payment. The total amount of applicable taxes must be shown separately, if applicable.

Bidders should include the following information in their financial bid by completing Appendix "I", Vendor Information and Authorization and include it with their bid:

1. Their legal name;
2. Their [Business Number](#) (BN); and
3. The name of the contact person (including this person's mailing address, phone and facsimile numbers, and email address) authorized by the Bidder to enter into communications with Canada with regards to:
 - a) their bid; and
 - b) any contract that may result from their bid.

Financial proposals must clearly identify the personnel proposed and the associated category for evaluation purposes only. Proposed per diem rates or firm prices must be in Canadian dollars.

The Bidder's firm price in response to this RFP and resulting contract(s) must include all overhead, general & administrative costs and profit. Included are the following costs that may be incurred in providing the required services: office space, computer hardware and software, word processing, preparation of reports, photocopying, courier services, facsimile services, telephone services, local travel expenses, and administration related to non-local travel expenses. "Local" as used here is defined as where the Work is to be performed in Canada as may be specified in the RFP and the resulting Contract(s).

Bidders must provide in their financial bid a price breakdown as detailed in Appendix "E", Basis of Payment.

3.2 SACC Manual Clauses

C3011T (2013-11-06) - Exchange Rate Fluctuation

The requirement does not provide for exchange rate fluctuation protection. Any request for exchange rate fluctuation protection will not be considered and will render the bid non-responsive.

Section III: Certifications

Bidders must submit the required certifications and additional information required under Part 5.

Question 18:

Is there an opportunity for prospective bidders to engage with the decision-makers before the submission deadline?

Answer 18:

No, bidders do not have the opportunity to interview decision-makers before the submission deadline.

Question 19:

Knowing the current date for questions does not allow a lot of time to affect any feedback or clarifications, are we able to extend the date to which questions can be submitted?

Answer 19:

It is not possible to postpone the date by which questions must be submitted, but it is possible to postpone the closing date of the solicitation. You must send your extension request by e-mail.

Question 20 :

Could you clarify how long the contract term is and the expected budget for the term? Additionally, could you clarify for creative concepting, what are the budgets or range of budgets associated with the experiential programs listed in the RFP?

Answer 20:

The initial contract term runs from the date of contract award to March 31, 2025. There is an option year from April 1, 2025 to March 31, 2026. The maximum budget for the initial contract period is \$400,000.00 Canadian including taxes and the maximum budget for the option year is

\$200,000.00 Canadian including taxes. Please refer to the Mandatory Financial Criteria table on page 12/13 and to Tables A and B in Appendix E, Basis of Payment on pages 40 and 41 of RFP_Experiential_Marketing_Campaign - CIC-157511.

Tour 2 de Questions et Réponses – CIC-157511

Question 5 :

Page 11 : Pourriez-vous s'il vous plaît donner votre définition d'une campagne multimédia; référencé dans CTO1 à la page 12?

Réponse 5 :

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 6 :

Page 12 : Objet : Note au soumissionnaire/pages de références croisées; Où souhaiteriez-vous que ce tableau soit inclus? Au début de la soumission technique ou complété et soumis dans le document original de la DDP?

Réponse 6 :

Vous pouvez extraire la charte, la remplir séparément et l'inclure dans votre soumission technique.

Question 7 :

Page 12 : Que faut-il pour répondre aux critères obligatoires pour CFO1 et CFO2? Harmonisation avec la base de paiement de l'annexe E?

Réponse 7 :

CFO1 : La limite des dépenses du contrat initial ne doit pas dépasser 400 000.00\$ (toutes dépenses confondues). Les taxes applicables sont en sus. Le contrat initial fait référence au tableau A de l'annexe E.

CFO2: La limite des dépenses du contrat initial ne doit pas dépasser 200 000.00\$ (toutes dépenses confondues). Les taxes applicables sont en sus. L'année d'option fait référence au tableau B de l'annexe E.

Question 8 :

Page 40/41 : Pour compléter efficacement l'annexe E; Une planification plus approfondie/des discussions avec le client sont nécessaires car tous les éléments répertoriés dans l'Énoncé des Travaux ne sont pas réalisables dans le cadre de la portée et il existe une ambiguïté concernant le contenu/la quantité et le type d'événements/etc; Existe-t-il une possibilité de modifier la soumission financière en une évaluation à taux horaire pour une évaluation plus équitable entre les soumissions?

Réponse 8 :

L'annexe E ne sera pas modifiée. Si des éclaircissements supplémentaires sont nécessaires, veuillez soumettre vos questions par courriel.

Question 9 :

Page 12, 4.1.1.2 : Le paragraphe 3 fait référence à deux (2) campagne de marketing d'influence; cependant, RT1-6 fait référence à différents types d'expériences de campagne sans aucune autre mention du marketing d'influence; Est-ce une erreur ou pouvez-vous clarifier comment les campagnes d'influence s'intègrent dans la soumission?

Réponse 9 :

Veuillez vous référer à RFP_Experiential_Marketing_Campaign - CIC-157511 - AMD001 pour voir les informations corrigées.

Question 10 :

Page 15/16/17/18 : Clarification : Pouvons-nous répéter les études de cas entre les sections obligatoires et sections cotées en points?

Réponse 10 :

Oui, il est permis d'utiliser les mêmes études de cas pour les sections obligatoires et cotées en point.

Question 11 :

Page 23, 5.2.4 : En ce qui concerne "...chaque personne proposée dans son offre..." & 5.2.5 : en ce qui concerne "...les informations fournies dans les CV et les documents d'appui..." : "Il n'est pas demandé d'organigramme / de présentation des personnes proposées / de curriculum vitae dans les exigences relatives à la soumission technique ; Où / comment souhaiteriez-vous que ces informations soient présentées ?

Réponse 11 :

Les soumissionnaires sont libres de présenter ces informations comme ils l'entendent.

Question 12 :

Page 33/34, Section 8 : Comment définissez-vous les tactiques virtuelles ?

Réponse 12 :

Les tactiques virtuelles désignent l'approche stratégique consistant à utiliser les technologies numériques pour atteindre les objectifs d'une campagne. Elles visent à impliquer le public et à le sensibiliser au programme Expérience internationale Canada. Voici quelques exemples de tactiques virtuelles :

Marketing de contenu numérique :

- Création de contenu numérique tel que des jeux-questionnaires et des activités interactives pour attirer et engager le public cible.

Médias sociaux :

- Utilisation des plateformes de médias sociaux pour améliorer et amplifier l'impact des événements. Cela implique la promotion de produits tels que le contenu généré par les utilisateurs, les expériences interactives, les stratégies d'engagement post-événement.

Question 13 :

L'annexe "I", mentionnée à la page 10 concernant les informations sur le fournisseur à inclure dans l'offre financière, ne semble pas figurer dans les annexes de l'appel d'offres. Pourriez-vous nous indiquer le contenu de l'annexe "I" et si elle diffère des trois exigences de l'offre (nom légal/numéro d'entreprise/coordonnées) énumérées à la page 10 ?

Réponse 13 :

Veillez vous référer à RFP_Experiential_Marketing_Campaign - CIC-157511 - AMD001 pour voir les informations corrigées.

Question 14 :

Nous souhaiterions confirmation que l'AO CIC-157511 est uniquement pour du marketing expérientiel et non du marketing d'influence. Nous avons pu remarquer une mention d'une campagne d'influence pour février 2024, saurais-tu si un processus d'AO était en place ou si l'offre est toujours ouverte ?

Réponse 14 :

La demande de proposition CIC-157511 est pour du marketing expérientiel. Pour l'autre demande de proposition (Campagne d'influence), la sollicitation est fermée.

Question 15 :

Cette offre est-elle accessible au grand public ?

Réponse 15 :

Cette exigence est affichée sur Canada Buys. Elle est ouverte à toutes les entreprises enregistrées sur Canada Buys.

Question 16 :

Combien d'agences participent actuellement à la procédure d'appel d'offres ?

Réponse 16 :

Le Canada ne divulguera pas ces informations.

Question 17 :

Pourriez-vous nous donner plus de détails concernant l'exigence de trois cycles de création dans le cadre des soumissions ?

Réponse 17 :

Les détails concernant l'exigence de trois cycles de création dans le cadre des soumissions sont dans la Partie 3 – Instructions pour la préparation des soumissions :

3.1 Instructions pour la préparation des soumissions

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions de présentation décrites ci-après pour préparer leur soumission :

Section I : Soumission technique - Une (1) copie électronique par courriel au format .pdf

Section II : Soumission financière - Une (1) copie électronique par courriel au format .pdf

Section III : Attestations - Une (1) copie électronique par courriel au format .pdf

Le Canada demande que les répondants soumettent leur réponse par courriel, en format PDF non protégé (c.-à-d. sans mot de passe). La taille complète des courriels contenant une réponse ne doit pas dépasser 10 Mo. Les courriels dépassant 10 Mo ne seront pas reçus. Si la taille des courriels dépasse 10 Mo, les répondants doivent communiquer avec l'autorité contractante au moins 48 heures avant la date de clôture pour discuter des solutions de rechange.

Les prix doivent figurer dans la soumission financière seulement. Aucun prix ne doit être indiqué dans une autre section de la soumission.

Le Canada demande que les soumissionnaires suivent les instructions de présentation décrites ci-après pour préparer leur soumission :

- a) utiliser un système de numérotation correspondant à celui de la demande de soumissions;
- b) paginer chacune des pages de la proposition dans le coin inférieur droit.

Conformément à la [Politique sur les marchés du Conseil du Trésor](#) et à la *Loi canadienne sur l'accessibilité*, les ministères et organismes fédéraux doivent tenir compte des critères et des caractéristiques d'accessibilité lorsqu'ils achètent des biens ou des services. Par conséquent, les soumissionnaires sont encouragés à mettre en évidence toutes les caractéristiques et composantes liées à l'accessibilité dans leur proposition pour l'énoncé des travaux (EDT) et doivent :

- (i) démontrer en quoi les biens ou les services proposés par le soumissionnaire satisfont aux exigences en matière d'accessibilité au moment de la livraison; ou
- (ii) décrire comment, aux termes d'un contrat subséquent, le soumissionnaire livrerait ses biens ou ses services d'une manière qui satisfait à l'exigence obligatoire.

Section I : Soumission technique

Dans leur soumission technique, les soumissionnaires devraient démontrer leur compréhension des exigences contenues dans la demande de soumissions et expliquer comment ils répondront à ces exigences. Les soumissionnaires devraient démontrer leur capacité et décrire l'approche qu'ils prendront de façon complète, concise et claire pour effectuer les travaux.

La soumission technique devrait traiter clairement et de manière suffisamment approfondie des points faisant l'objet des critères d'évaluation en fonction desquels la soumission sera évaluée. Il ne suffit pas de reprendre simplement les énoncés contenus dans la demande de soumissions. Afin de faciliter l'évaluation de la soumission, le Canada demande que les soumissionnaires reprennent les sujets dans l'ordre des critères d'évaluation, sous les mêmes rubriques. Pour éviter les recoupements, les soumissionnaires peuvent faire référence à différentes sections de leur soumission en indiquant le numéro de l'alinéa et de la page où le sujet visé est déjà traité.

Section II : Soumission financière

Les soumissionnaires doivent présenter leur soumission financière en conformité avec l'annexe E – Base de paiement. Le montant total des taxes applicables doit être indiqué séparément, s'il y a lieu.

Les soumissionnaires doivent fournir les renseignements suivants dans leur soumission financière en remplissant l'annexe I – Renseignements sur le fournisseur et autorisation, qui doit être intégrée à leur soumission :

4. Leur dénomination sociale;
5. Leur [numéro d'entreprise](#);
6. Le nom de la personne-ressource (y compris son adresse postale, ses numéros de téléphone et télécopieur, et son adresse de courriel) autorisée par le soumissionnaire à communiquer avec le Canada relativement :
 - a) à la soumission;
 - b) à tout contrat subséquent pouvant découler de la soumission.

Dans les propositions financières, il faut clairement nommer le personnel proposé et la catégorie associée aux fins de l'évaluation seulement. Les tarifs journaliers ou prix fermes proposés doivent être indiqués en dollars canadiens.

Le prix ferme proposé par le soumissionnaire en réponse à une demande de proposition et pour les contrats subséquents doit comprendre les coûts généraux et administratifs, les coûts indirects et la marge bénéficiaire. Les coûts suivants engagés lors de la prestation des services doivent être inclus : le local pour bureau, l'équipement informatique et les logiciels, le traitement de texte, la préparation des rapports, les services de photocopie, de messagerie, de télécopie et de téléphone, les frais liés aux déplacements locaux et les frais administratifs relatifs aux dépenses liées aux déplacements extérieurs. Le mot « local » utilisé dans la présente fait référence à l'endroit où les travaux seront effectués au Canada, selon les précisions de la demande de proposition et le ou les contrats subséquents.

Les soumissionnaires doivent fournir dans leur soumission financière une ventilation des prix, comme il est précisé à l'annexe E – Base de paiement.

3.2 Clauses du Guide des CCUA

C3011T (2013-11-06) – Fluctuation du taux de change

Le besoin ne prévoit aucune protection relative à la fluctuation du taux de change. Aucune demande de protection contre la fluctuation du taux de change ne sera prise en considération. Toute soumission incluant une disposition en ce sens sera déclarée non recevable.

Section III : Attestations

Les soumissionnaires doivent présenter les attestations et les renseignements supplémentaires exigés à la Partie 5.

Question 18 :

Les soumissionnaires potentiels ont-ils la possibilité de s'entretenir avec les décideurs avant la date limite de soumission ?

Réponse 18 :

Non, les soumissionnaires n'ont pas la possibilité de s'entretenir avec les décideurs avant la date limite de soumission.

Question 19 :

Sachant que la date actuelle de soumission des questions ne laisse pas beaucoup de temps pour réagir ou apporter des éclaircissements, est-il possible de repousser la date à laquelle les questions peuvent être soumises ?

Réponse 19 :

Il n'est pas possible de repousser la date à laquelle les questions doivent être soumises, mais il est possible de repousser la date de fermeture de la sollicitation. Vous devez envoyer votre demande d'extension par courriel.

Question 20 :

Pourriez-vous préciser la durée du contrat et le budget prévu pour cette durée ? En outre, pourriez-vous préciser, en ce qui concerne la conception créative, quels sont les budgets ou les fourchettes de budgets associés aux programmes expérimentiels énumérés dans l'appel d'offres?

Réponse 20 :

La durée initiale du contrat est à partir de la date de l'attribution du contrat jusqu'au 31 mars 2025. Il y a une année d'option soit du 1^{er} avril 2025 au 31 mars 2026. Le budget maximum pour la durée du contrat initiale est de \$400,000.00 canadien incluant les taxes et le budget maximum pour l'année d'option est de \$200,000.00 canadien incluant les taxes. Vous pouvez vous référer au tableau des Critères financiers Obligatoires à la page 14 et aux Tableaux A et B dans L'Annexe E, Base de Paiement aux pages 44 et 45 de la DDP_Campagne_marketing_expérimentiel - CIC-157511.