



## **APPEL D'OFFRES**

**Titre du projet : Objectif 2036 – Conception d'une stratégie d'adhésion et de communication**

**Date limite de dépôt des propositions :  
Lundi 26 octobre 2020 à 17 heures (HAE)**



Sans frais : 1-866-551-2637 | Télécopieur : 613 244-0699 | 223, rue Main, Ottawa (Ontario) K1S 1C4

## TABLE DES MATIÈRES

1. CONTEXTE .....	3
2. OBJECTIF DE CET APPEL D'OFFRES.....	4
3. LES PRODUITS LIVRABLES EXIGÉS DE LA FIRME RETENUE LIÉS À LA CONCEPTION DE LA STRATÉGIE D'ADHÉSION ET DE COMMUNICATION .....	5
4. EXIGENCES LINGUISTIQUES.....	5
5. BUDGET.....	6
6. MODALITÉS DE PAIEMENT .....	6
7. COMPÉTENCES RECHERCHÉES.....	6
8. DÉTAIL DES PROPOSITIONS.....	7
9. CALENDRIER ET PRODUITS LIVRABLES.....	8
10. CRITÈRES D'ÉVALUATION.....	9
11. DÉPÔT DES PROPOSITIONS .....	9

## 1. Contexte

L'Association des collèges et universités de la francophonie canadienne (ACUFC), qui regroupe 22 collèges et universités francophones ou bilingues solidement implantés dans huit provinces, constitue une force d'action à l'échelle pancanadienne. Pour plus d'information sur l'Association, veuillez consulter [acufc.ca](http://acufc.ca).

La mission de l'ACUFC est de représenter les intérêts collectifs de ses membres, à l'échelle nationale et internationale, tout en renforçant les liens de collaboration de ces derniers dans l'intérêt de communautés francophones fortes et de l'avancement du bilinguisme au sein de la société canadienne.

Afin de soutenir la dualité linguistique du Canada, le gouvernement fédéral a adopté la Stratégie de recrutement et de rétention des enseignants dans les écoles de langue française en situation minoritaire et dans les programmes d'immersion française et du français langue seconde. En juin 2019, dans le cadre de cette stratégie, il a lancé un appel de propositions, invitant les gouvernements provinciaux et territoriaux ainsi que les associations nationales et régionales à soumettre des projets. Le projet soumis par l'ACUFC, intitulé *Objectif 2036 : l'enseignement du français et en français, une pièce maîtresse de la dualité linguistique au Canada*, a été accepté dans le cadre de cette stratégie.

En partenariat avec les établissements d'enseignement postsecondaire et les organismes spécialisés en éducation, l'ACUFC a adopté une approche systémique à axes multiples pour répondre aux défis de recrutement et de rétention des enseignants de français et en français au Canada, à l'extérieur du Québec. Le projet veut joindre quatre segments de clientèle :

1. Les jeunes diplômés du secondaire qui s'inscrivent à un programme de formation initiale en enseignement;
2. Les bacheliers et bachelères qui prévoient poursuivre leurs études universitaires et les diplômés d'un programme collégial;
3. Les adultes qui désirent réorienter leur carrière;
4. Les candidats qui ont été formés à l'étranger.

Le projet pluriannuel de portée pancanadienne, qui se déroulera sur une période de deux ans, comprend trois axes de travail :

1. L'attraction et la sélection de candidates et de candidats;
2. La formation initiale en enseignement;
3. L'appui au perfectionnement professionnel continu en enseignement du français et en français.

## 2. Objectif de cet appel d'offres

La crise sanitaire de la COVID-19 force les établissements d'enseignement postsecondaire à repenser leurs modes de collaboration à l'échelle pancanadienne. De plus, ces derniers doivent composer avec la transformation des modalités d'enseignement aux niveaux postsecondaire, secondaire et primaire. La formation est maintenant livrée en présentiel adapté, en ligne ou en format hybride. Les établissements doivent également composer avec l'adoption rapide de nouveaux outils technologiques et de nouvelles méthodes pédagogiques, avec les pressions financières qui pèsent sur eux et sur les individus, qui sont liées aux conséquences économiques de la crise, et avec l'imprévisibilité de l'évolution de la situation sanitaire et des consignes qui en découlent.

**L'appel d'offres vise à identifier un fournisseur de services qui travaillera de concert avec l'équipe de projet du secrétariat national de l'ACUFC pour remplir le mandat suivant : concevoir une stratégie d'adhésion et de communication pour appuyer la stratégie transversale de collaboration pancanadienne.**

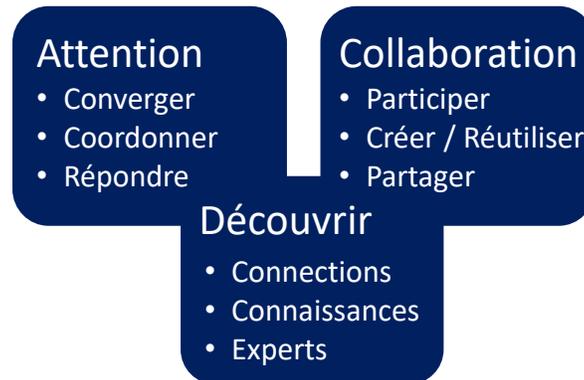
La stratégie transversale de collaboration pancanadienne sera appuyée par un investissement dans la facilitation des processus sur le plan humain et technologique afin que les équipes de projets et les groupes d'experts soient plus en mesure d'atteindre leurs objectifs. Les modes de collaboration et de cocréation pour la réalisation des produits livrables seront appuyés par un effort important de formation et de perfectionnement professionnels. Cette stratégie transversale consistera à mettre en place et à soutenir une dynamique de collaboration, à évaluer la portée des outils et des modes de collaboration retenus et à réaliser une recherche-action sur les résultats obtenus.

En raison des conditions sanitaires actuelles et prévisibles, la révision des plans de mise en œuvre du projet est fondée sur la collaboration virtuelle et le télétravail d'équipes pancanadiennes. Les systèmes et les processus de collaboration virtuelle mis en place doivent :

1. Attirer l'attention des collaboratrices et collaborateurs, c'est-à-dire que ces personnes doivent faire converger vers un seul lieu les questions, les commentaires et les rétroactions provenant de diverses sources, qu'elles doivent agencer les éléments variés de réponse et qu'elles doivent communiquer les réponses de façon claire et transparente;
2. Susciter la collaboration en groupe et appuyer la participation directe aux processus itératifs, à la création et à la réutilisation de contenus ainsi que le partage d'idées et de solutions;
3. Faciliter la découverte de connexions existantes entre les membres des équipes et d'autres personnes, des connaissances que ces dernières possèdent et des expertises qui sont ainsi à la portée du projet.

Les facteurs de performance de la collaboration virtuelle sont présentés dans la figure suivante.

## Collaboration connectée



L'information : apparente, découvrable, interrogeable

### 3. Les produits livrables exigés de la firme retenue liés à la conception de la stratégie d'adhésion et de communication

Cet appel d'offres vise à définir les messages clés et à élaborer le matériel de communication requis pour susciter l'adhésion des partenaires (individus et établissements d'enseignement postsecondaire) du projet *Objectif 2036*. L'objectif est de créer une identité visuelle et d'harmoniser les produits créés, tant du côté des utilisateurs internes que de celui des partenaires et des autres parties prenantes.

Les produits livrables liés à la conception de la stratégie d'adhésion et de communication sont les suivants :

1. Plan de communication détaillé;
2. Plan de suivis et rapport d'exécution du plan de communication;
3. Stratégie de valorisation de la marque du projet et élaboration du matériel de communication;
4. Stratégie de communication interne - membres de l'ACUFC;
5. Stratégie de communication externe - équipes de projets;
6. Stratégie de communication externe - partenaires et parties prenantes;
7. Modèle d'assurance de la qualité linguistique du matériel et des outils de communication produits;
8. Création d'outils de communication (recrutement, cadre de communication à long terme, autres outils à définir selon la stratégie retenue).

### 4. Exigences linguistiques

La langue de travail de l'ACUFC est le français. Les communications se feront en français lors de toutes les étapes de la réalisation du mandat de cet appel d'offres. Tous les documents et les

rapports afférents à cet appel d'offres devront également être rédigés en langue française. Pour assurer la qualité de la rédaction, tous les documents produits devront faire l'objet d'une correction d'épreuves professionnelle, qui sera effectuée aux frais de la firme retenue, avant d'être remis à l'ACUFC. Le nom de la personne ou de la firme responsable de la correction d'épreuves doit figurer dans la proposition.

## **5. Budget**

Les soumissionnaires proposeront un budget d'un montant forfaitaire, en distinguant les honoraires des dépenses prévues, de sorte à établir un contrat à prix fixe. Le budget maximal dont l'ACUFC dispose pour la réalisation de ce mandat est de 40 000 \$ (toutes taxes incluses).

## **6. Modalités de paiement**

La personne ou la firme retenue sera rémunérée pour ses services sur remise de factures en fonction des jalons suivants, qui marquent l'achèvement de certaines étapes du projet :

1. 20 % du coût total payable à la remise du plan de communication à l'ACUFC et à son acceptation par cette dernière, en novembre 2020;
2. 20 % du coût total payable à l'acceptation du plan de suivis et du rapport d'exécution du plan de communication, entre novembre et décembre 2020;
3. 20 % du coût total à l'acceptation de la stratégie de valorisation de la marque du projet et du matériel de communication produit, entre décembre 2020 et janvier 2021;
4. 20 % du coût total entre janvier et février 2021, à l'acceptation des trois produits livrables suivants : (1) stratégie de communication interne - membres de l'ACUFC; (2) stratégie de communication externe - équipes de projets; (3) stratégie de communication externe - partenaires et parties prenantes;
5. 20 % du coût total à l'acceptation du modèle d'assurance de la qualité linguistique et des outils de communication produits (recrutement, cadre de communication à long terme, etc.), mars 2021.

## **7. Compétences recherchées**

Afin d'assurer la réalisation du mandat de cet appel d'offres, la personne spécialisée ou les membres de la firme choisie devront posséder les qualifications suivantes :

1. Diplôme postsecondaire dans le domaine des communications ou un domaine connexe. Les dirigeants de la firme devront posséder un diplôme de deuxième cycle;

2. Expérience démontrée dans la conception de stratégies visant à susciter l'engagement de participants d'établissements d'enseignement postsecondaire;
3. Expérience démontrée dans la conception et l'élaboration d'outils de communication dans le cadre de la collaboration virtuelle et du télétravail;
4. Expérience reconnue en matière de communications concernant les projets techniques et complexes;
5. Connaissance des outils d'apprentissage en ligne;
6. Connaissance du dossier de la pénurie d'enseignants dans les programmes d'enseignement du français et en français, en français langue maternelle (FLM) et en français langue seconde (FLS);
7. Connaissance des communautés francophones en situation minoritaire au Canada;
8. Capacité démontrée à respecter les échéanciers;
9. Capacité de travailler en équipe en français;
10. Capacité de faire preuve de rigueur dans les analyses et les écrits.

La personne ou le responsable de la firme doit s'engager à communiquer au moins une fois par semaine de vive-voix avec le gestionnaire du projet de l'ACUFC.

## **8. Détail des propositions**

Les propositions devront inclure les éléments suivants :

1. Une présentation de la firme;
2. Une liste des projets réalisés par la firme en lien avec les produits livrables de cet appel d'offres;
3. Un plan détaillé des principales étapes nécessaires à la réalisation du mandat de cet appel d'offres;
4. Un échéancier détaillé de réalisation;
5. L'approche et la méthodologie envisagées;
6. Le budget estimé (en distinguant les honoraires des dépenses prévues, le cas échéant);
7. Les expertises proposées, incluant les curriculums vitae des experts en annexe;
8. Les noms et les coordonnées de trois références professionnelles;
9. Une section financière qui inclura les éléments suivants :
  - Les honoraires quotidiens des professionnels qui fourniront les services;
  - Le nombre de jours de services;
  - Les taxes applicables;
  - Les coûts autres que les honoraires, le cas échéant;
  - Le total des frais et des coûts pour la réalisation du mandat.

La proposition devra être signée par la personne autorisée à signer au nom de la firme qui réalisera le mandat.

**Autres considérations :**

1. L'ACUFC n'est pas tenue de motiver l'acceptation ou le rejet d'une proposition et elle ne s'engage à accepter ni la soumission la plus basse, ni aucune des soumissions reçues ou ouvertes, ni à payer aucuns frais. Elle ne s'engage à aucune obligation d'aucune sorte envers le ou les soumissionnaires.
2. La proposition retenue ne sera utilisée qu'à titre indicatif par l'ACUFC pour l'élaboration d'un contrat de service qui sera signé par les deux parties;
3. Toute proposition ne satisfaisant pas à l'une ou l'autre des conditions décrites précédemment sera jugée non conforme et sera automatiquement rejetée;
4. La proposition devra être rédigée en français;
5. Tout matériel produit dans le cadre de ce mandat appartient exclusivement à l'ACUFC.

**9. Calendrier et produits livrables**

Le mandat de cet appel d'offres débutera dès la signature du contrat et se terminera avant le 31 mars 2021.

Le tableau suivant présente les dates butoirs de ce mandat.

29 septembre 2020	Publication de l'appel d'offres
26 octobre 2020	Date limite pour la réception des propositions
2 novembre 2020	Choix de la firme ou de la personne spécialisée
23 novembre 2020	Remise de la version définitive du plan de communication à l'ACUFC
23 décembre 2020	Remise du plan de suivis et du rapport d'exécution du plan de communication
18 janvier 2021	Remise du document de stratégie de valorisation de la marque du projet et du matériel de communication produit
8 février 2021	Remise des produits livrables suivants : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Stratégie de communication interne - membres de l'ACUFC;</li> <li>2. Stratégie de communication externe - équipes de projets;</li> <li>3. Stratégie de communication externe - partenaires et parties prenantes.</li> </ol>
31 mars 2021	Remise du modèle d'assurance de la qualité linguistique et des outils de communication produits (recrutement, cadre de communication à long terme)

Toutes les copies électroniques des rapports doivent être présentées en format Microsoft Word. Toutefois, Microsoft Excel pourra être utilisé au besoin. La personne ou la firme retenue devra énumérer de façon exhaustive les sources d'information consultées.

## 10. Critères d'évaluation

Critères	Valeur pondérée (%)
Niveau de compréhension du mandat	<b>Critère obligatoire</b>
Niveau de connaissance du secteur de l'éducation en milieu francophone canadien, notamment le niveau postsecondaire	<b>15</b>
Niveau de connaissance du dossier de la pénurie d'enseignants dans les programmes de français langue première (FL1) et les programmes de français langue seconde (FL2)	<b>15</b>
Niveau d'expertise dans la conception et l'élaboration d'outils de communication dans le cadre de la collaboration virtuelle et du télétravail	<b>30</b>
Niveau d'expertise dans la conception de stratégies visant à susciter l'engagement des participants d'établissements d'enseignement postsecondaire	<b>15</b>
Pertinence, validité et faisabilité des méthodologies proposées	<b>10</b>
Qualité de la proposition, complétude et pertinence du travail	<b>15</b>
Total	<b>100</b>

## 11. Dépôt des propositions

Les propositions doivent être transmises par courriel au plus tard le 26 octobre 2020 à 17 heures (HAE) à l'intention de :

**M. Ali SALEM**

**Gestionnaire de programme - Pénurie d'enseignantes et d'enseignants de français et en français**

**Courriel : [asalem@acufc.ca](mailto:asalem@acufc.ca)**

NOTE : L'ACUFC organisera une séance d'information le mardi 13 octobre 2020, à 14 h 30 (HAE), pour les firmes qui désirent y participer. Si vous êtes intéressé à participer à cette séance d'information, veuillez en aviser M. Ali Salem par courriel. Les détails de la logistique pour participer à cette séance d'information seront transmis aux participantes et aux participants le lundi 12 octobre 2020.