



## **APPEL D'OFFRES**

**Le 11 novembre 2022**

**Titre du projet : Campagne géolocalisée de promotion des programmes en réadaptation des établissements membres du CNFS**

**Date limite de réception des propositions :  
Le 11 décembre 2022, à 17 heures (HNE)  
Par voie électronique**



## Table des matières

<b>1. Contexte .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Objectif de l'appel d'offres .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Produits livrables attendus .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Exigences linguistiques .....</b>	<b>4</b>
<b>5. Budget .....</b>	<b>4</b>
<b>6. Modalités de paiement.....</b>	<b>4</b>
<b>7. Contenu des propositions .....</b>	<b>5</b>
<b>8. Calendrier proposé .....</b>	<b>6</b>
<b>9. Critères d'évaluation .....</b>	<b>6</b>
<b>10. Dépôt des propositions.....</b>	<b>7</b>

## 1. Contexte

Le [Consortium national de formation en santé](#) (CNFS) a été créé en 2003 grâce à l'appui financier du [Programme de contribution pour les langues officielles en santé](#) (PCLOS) de Santé Canada et, est sous l'égide de [l'Association des collèges et des universités de la francophonie canadienne](#) (ACUFC).

Dans le cadre de sa mission, le CNFS vise à favoriser un accès accru aux professionnel(le)s de la santé pouvant offrir des services en français aux membres des communautés francophones en situation minoritaire (CFSM). Pour y parvenir, le CNFS travaille à recruter et former de futur(e)s professionnel(le)s de la santé et à favoriser leur insertion dans les CFSM.

Le CNFS regroupe 16 établissements de formation postsecondaire situés dans huit provinces du Canada, qui offrent des programmes de formation en santé, en français. Ces programmes incluent notamment des programmes en réadaptation.

Les professionnel(le)s de la réadaptation offrent des services de première ligne. Elles ou ils réalisent des interventions pour obtenir un rendement fonctionnel optimal auprès de personnes de tout âge, incluant les enfants et les personnes âgées. Elles ou ils sont appelés à jouer un rôle actif d'information, de promotion de la santé et de prévention des maladies.

Le CNFS souhaite donc promouvoir les programmes en réadaptation offerts par sept (7) de ses établissements membres afin d'augmenter le nombre d'inscriptions dans ces programmes.

## 2. Objectif de l'appel d'offres

Le présent appel d'offres vise à sélectionner une agence de publicité et marketing qui travaillera de concert avec l'équipe de projet du secrétariat national du CNFS pour remplir le mandat suivant : concevoir une campagne géolocalisée de promotion des programmes en réadaptation des établissements membres du CNFS. Cette campagne devra être mise en œuvre au plus tard en mars 2023.

Les programmes en réadaptation qui seront ciblés par cette campagne géolocalisée :

Programme	Établissement
<b>Assistant de l'ergothérapeute et assistant du physiothérapeute</b>	Collège Boréal
	Collège La Cité
	Université Sainte-Anne
<b>Audiologie</b>	Université d'Ottawa
<b>Ergothérapie</b>	Université d'Ottawa
<b>Orthophonie</b>	Campus Saint-Jean
	Université d'Ottawa
	Université Laurentienne
<b>Physiothérapie</b>	Université d'Ottawa
<b>Techniques de réadaptation</b>	Collège communautaire du Nouveau-Brunswick

Ce mandat comprend la conception et la production de la campagne en français ainsi que son placement à l'échelle nationale, à l'exception du Québec.

Le CNFS est ouvert aux propositions conjointes impliquant plus d'une agence de publicité et marketing, c'est-à-dire à ce que l'ensemble des tâches et des livrables soient effectués par plus d'une agence dans le cadre d'une même proposition de services.

### **3. Produits livrables attendus**

Les produits livrables liés à la conception et à la mise en œuvre de la campagne nationale sont les suivants, sans toutefois s'y limiter :

1. Brief créatif complet, incluant un échéancier de conception de campagne;
2. Options/propositions de concepts pour validation;
3. Conception définitive de la campagne;
4. Plan de travail avec stratégies, considérations et options de placement publicitaire;
5. Achat et placement publicitaire;
6. Création de déclinaisons et de formats variés du concept principal de la campagne aux fins d'utilisations diverses sur les médias sociaux;
7. Rapports mi-parcours et final de performance Google Ads.

### **4. Exigences linguistiques**

La langue de travail du CNFS est le français. Les communications se feront en français lors de toutes les étapes de la réalisation du mandat du présent appel d'offres. Tous les documents et les rapports afférents à cet appel d'offres devront être rédigés en langue française et respecter la rédaction épiciène.

### **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 le CNFS dispose pour la réalisation de ce mandat est de 76 000 \$ (taxes incluses).

### **6. Modalités de paiement**

L'agence de publicité et marketing 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 et l'approbation par le CNFS d'un plan de travail;
2. 50 % du coût total payable à la livraison et l'approbation par le CNFS de la conception définitive de la campagne;
3. 30 % du coût total à la fin du mandat suite à la remise et approbation par le CNFS des autres livrables incluant la réception des factures de placement des publicités.

## 7. Contenu des propositions

Nous demandons aux agences de publicité et marketing d'intégrer de façon succincte les éléments suivants dans leur proposition :

1. Une présentation de l'agence;
2. Une liste des projets similaires réalisés (portfolio suggéré);
3. Un plan des principales étapes et de l'échéancier nécessaires à la réalisation du mandat;
4. Les expertises proposées;
5. Les noms et les coordonnées de trois personnes en mesure de fournir des références ou de trois personnes ayant fait appel à vos services pour des projets similaires;
6. Une section financière incluant le total des frais et des coûts selon les éléments suivants:
  - Les honoraires quotidiens (ou le taux horaire) selon les fonctions des membres de l'équipe;
  - Le nombre de jours de service requis;
  - Les taxes applicables;
  - Les coûts autres que les honoraires (impression au besoin, achats ou placements publicitaires, production de vidéos au besoin, etc.).

Le CNFS se réserve le droit de procéder à une ronde d'entrevues avec les deux ou trois agences de publicité et marketing qui auront le pointage le plus élevé. Le choix final serait alors fait après les entrevues.

La proposition devra être signée par la personne autorisée à signer au nom de l'agence de publicité et marketing qui réalisera le mandat.

### Autres considérations :

1. Le CNFS n'est pas tenu de motiver l'acceptation ou le rejet d'une proposition et il ne s'engage à accepter ni la soumission la plus basse, ni aucune des soumissions reçues ou ouvertes ni à payer aucuns frais. Il 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 le CNFS pour l'élaboration d'un contrat de service qui sera signé par les parties concernées;
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. Tout matériel produit dans le cadre du présent mandat appartient exclusivement au CNFS.

## 8. Calendrier proposé

Le mandat du présent appel d'offres débutera dès la signature du contrat et se terminera avant le 31 mars 2023.

Le tableau suivant est fourni à titre indicatif et demeure souple quant à la réalisation du mandat avec la firme retenue.

11 novembre 2022	Publication de l'appel d'offres
11 décembre 2022	Date limite pour la réception des propositions
16 décembre 2022	Entrevues avec les agences de publicité et marketing présélectionnées et choix de l'agence
20 décembre 2022	Signature de l'entente et réunion de démarrage
30 janvier 2023	Remise du brief créatif
28 février 2023	Conception de la campagne et de ses déclinaisons et plan de placement publicitaire
31 mars 2023	Mise en œuvre de la campagne selon le plan à déterminer

## 9. Critères d'évaluation

Critères	Valeur (%)
Niveau de compréhension du mandat et des objectifs	<b>Critère obligatoire</b>
Capacité de réaliser le mandat en français	<b>Critère obligatoire</b>
Niveau de connaissance du CNFS	<b>20</b>
Niveau d'expertise dans la conception et la mise en œuvre de campagnes de promotion semblables à l'échelle nationale	<b>30</b>
Démarche envisagée et les étapes proposées pour la réalisation du mandat	<b>25</b>
Expérience démontrée dans la conception de stratégies visant à susciter l'engagement d'un auditoire et le sentiment de valorisation dans le secteur à but non lucratif	<b>15</b>
Qualité de la proposition	<b>10</b>
<b>Total</b>	<b>100</b>

**10. Dépôt des propositions**

Les propositions doivent être envoyées par courriel au plus tard le 11 décembre 2022, à 17 heures (HNE), à l'attention de :

**Manon Tremblay**  
**Directrice du CNFS**  
**Courriel : [cnfs@acufc.ca](mailto:cnfs@acufc.ca)**