



## **Plan opérationnel 2017-2020**

**Commission du tourisme acadien du Canada atlantique (CTACA)  
Atlantic Canada Acadian Tourism Commission**

## **APPEL D'OFFRES**

La Commission du tourisme acadien du Canada atlantique (CTACA) sollicite des propositions de consultants bilingues en tourisme qualifiés et expérimentés possédant une expertise « manifeste » dans ce domaine afin de préparer un plan opérationnel en tourisme, incluant du marketing touristique et du développement de produit touristique. Ce plan opérationnel en tourisme vise à fournir à la CTACA et à ses intervenants des renseignements détaillés sur la façon dont ils devront composer avec les problèmes opérationnels cernés dans une évaluation de projet de 2016, tout en orientant la mise en œuvre continue du plan stratégique actuel de la CTACA.

## **LE CLIENT**

La CTACA est un organisme sans but lucratif dirigé en partenariat avec l'Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) et les ministères provinciaux responsables du tourisme à l'Île-du-Prince-Édouard, au Nouveau-Brunswick et en Nouvelle-Écosse. La CTACA a le mandat de développer et de promouvoir des produits et expériences touristiques propres à la culture acadienne dans ces provinces maritimes.

Actuellement, la CTACA compte 74 membres. Elle est régie par un conseil d'administration composé de 17 personnes et un comité exécutif formé de 5 personnes. Une directrice exécutive est chargée des opérations quotidiennes de l'organisation. La CTACA a créé 6 regroupements de produits expérientiels dans les Maritimes et s'attache à étoffer et à promouvoir ces produits et expériences (présentés sous le nom d'« Expérience Acadie ») auprès des marchés du Canada atlantique, du Québec, de la Nouvelle-Angleterre et de la France.

Pour plus d'information sur la CTACA, visitez <http://experienceacadie.com/>

## **CONTEXTE**

La CTACA est actuellement guidée par un plan stratégique pertinent qui décrit clairement la vision, le mandat et les activités de l'organisation. Ce plan contribue à renouveler l'objectif de la CTACA et à solidifier les ententes de financement nécessaires pour développer et mettre en marché les produits et expériences touristiques de la région axés sur la culture acadienne.

Récemment, la CTACA a mené une évaluation de ses programmes et services. Cette évaluation a révélé un vaste soutien pour la CTACA, son mandat et son plan stratégique. Cependant, elle a également mis en lumière plusieurs problèmes opérationnels qu'il importe de régler pour que la CTACA puisse bâtir et vendre efficacement l'expérience touristique acadienne dans la région.

## **AFFECTATION :**

La Commission du tourisme acadien du Canada atlantique (CTACA) sollicite des propositions de consultants en tourisme qualifiés et expérimentés possédant une expertise « manifeste » dans

ce domaine afin de préparer un plan opérationnel en tourisme, incluant du marketing touristique et du développement de produit touristique. Ce plan proposera une feuille de route de trois ans présentant les stratégies et approches requises pour régler les problèmes opérationnels cernés dans le cadre de l'évaluation et décrira les mesures à mettre en œuvre pour instaurer avec succès le plan stratégique de la CTACA, qui est, lui, toujours pertinent. Le plan stratégique est disponible en cliquant ce lien : <http://experienceacadie.com/wp-content/uploads/2016/11/CTACA-Final-Report-Forerunner-1.pdf>

## **PORTÉE DES TRAVAUX**

Immédiatement après l'attribution du contrat, les consultants rencontreront les représentants de la CTACA et de ses pôles régionaux (6) et des autres parties (comité directeur) afin de passer en revue la proposition des consultants et de discuter des résultats attendus. Au cours de cette réunion, les consultants pourront poser des questions sur les documents que possède la CTACA (et les autres parties) et qui pourraient se révéler pertinents pour leur affectation. Les commentaires recueillis lors des discussions avec les pôles régionaux seront une partie très importante.

Un calendrier sera établi pour la remise de rapports d'étape et de mises à jour sur le projet afin d'assurer l'achèvement des travaux en temps voulu.

L'affectation se présentera sous la forme d'un processus en deux étapes : l'élaboration d'un cadre et la modélisation du cadre, tel que décrit ci-dessous.

- Les consultants procéderont à un examen du plus récent plan stratégique de la CTACA et de son rapport d'évaluation de 2016. Dans le contexte de ce plan, les consultants évalueront et confirmeront les succès et les échecs des années passées et élaboreront le cadre d'un plan opérationnel en tourisme qui décrit les stratégies et les approches requises pour régler les problèmes opérationnels de l'organisation, ainsi que les mesures nécessaires pour instaurer avec succès le plan stratégique de la CTACA. On s'attend à ce que ce cadre comprenne les éléments suivants, sans cependant s'y limiter :
  - i. Le cadre recommandé pour la structure organisationnelle de la CTACA; les rôles, les responsabilités et les pouvoirs; les partenaires redevables, les besoins en ressources financières et humaines; la reddition des comptes et la gestion financière; les systèmes de gestion de l'information; la structure s'appliquant aux membres et les avantages qu'ils retirent de leur appartenance à la CTACA, etc.
  - ii. Un cadre qui décrit une approche ciblée menant à un plan de développement de produits touristiques et qui comprend les stratégies, les méthodes et les approches requises pour étoffer l'expérience touristique acadienne dans les trois provinces maritimes; et un cadre pour les stratégies et approches de marketing touristiques qui

permettront de solidifier et de mettre en marché la marque « Expérience Acadie », incluant des mesures de l'efficacité de la marque et l'établissement d'un cycle de planification conforme à celui des intervenants. Les stratégies de marketing touristiques doivent prendre en considération et bâtir à partir des stratégies provinciales et celles de du Partenariat du tourisme du Canada atlantique (ACTP).

- iii. Un cadre pour un plan de communication qui fournit à l'industrie et à d'autres intervenants de l'information sur l'organisation, ses programmes, ses activités de marketing touristiques, ses initiatives de développement de produits touristiques et d'autres possibilités. En outre, un plan de communication interne sur la gestion et les systèmes de gestion de l'information devra également être élaboré.
- iv. Les consultants examineront les différentes méthodes de mesure de rendement utilisées par les provinces partenaires et feront des recommandations sur les méthodes de rendement internes de la CTACA et suggérons des méthodes d'évaluation des performances externes en tourisme au Comité directeur.

*Les consultants présenteront le cadre au comité directeur, aux fins de discussion et d'approbation.*

- Une fois que le comité directeur aura approuvé le ou les cadres élaborés pour le plan opérationnel de trois ans, les consultants devront étoffer et modéliser ces cadres. Ce modèle établira une feuille de route décrivant les stratégies, les approches, les méthodes, les ressources, les échéances et les mesures à prendre pour remédier aux problèmes opérationnels et instaurer avec succès le plan stratégique de la CTACA.

## **PRODUITS LIVRABLES :**

Les stratégies de marketing touristiques doivent prendre en considération et bâtir à partir des stratégies provinciales et celles de du Partenariat du tourisme du Canada atlantique (ACTP). Le consultant préparera un plan opérationnel en tourisme préliminaire et final (comprenant un examen organisationnel, le plan des produits touristiques et de marketing et le plan de communication en tourisme) qu'il devra soumettre au comité directeur dans un format jugé acceptable par ce dernier. Une fois le plan opérationnel en tourisme final accepté, le consultant organisera une séance d'information sur la stratégie en tourisme élaborée. Lors de cette séance, le consultant présentera les principales constatations découlant de ses recherches en tourisme, de son analyse des options stratégiques et du cadre consultatif, ainsi que les stratégies et mesures recommandées pour réaliser des gains sur le plan de l'efficacité opérationnelle et faire progresser les initiatives de marketing touristiques et de développement de produits touristiques, les plans de communication en tourisme et les techniques de gestion de la performance de la CTACA. Ce plan opérationnel en tourisme doit prendre en considération et bâtir à partir des stratégies de

marketing touristiques déjà établies de nos provinces participantes et partenaires et celles du Partenariat du tourisme du Canada atlantique (ACTP).

Le plan opérationnel en tourisme et toute la documentation d'appui, etc. deviendront la seule propriété de la CTACA et de ses partenaires financiers dès la présentation du plan final.

Le plan opérationnel en tourisme doit être achevé au plus tard le 31 mars 2017.

## **RESPONSABILITÉS DE LA CTACA**

La directrice exécutive de la CTACA agira au nom de la CTACA à titre de gestionnaire de projet et jouera un rôle actif relativement à tous les aspects du développement du plan opérationnel touristique. La CTACA formera un comité directeur qui travaillera étroitement avec la directrice exécutive pour mener ce projet à bon port. Plus particulièrement, la directrice exécutive de la CTACA devra :

- Fournir au consultant un premier exposé sur le projet, des documents pertinents et d'autres renseignements que possède la CTACA et ses partenaires provinciaux, incluant la stratégie actuelle, l'évaluation de 2016, et de l'information sur les principales sources de motivation d'un voyage.
- Les principales constatations découlant des consultations auprès des intervenants menées lors de l'évaluation indépendante de 2016.

## **RESPONSABILITÉS DES CONSULTANTS**

Les consultants qui auront le mandat d'élaborer le plan opérationnel en tourisme de trois ans de la CTACA :

- Suivront les directives de la directrice exécutive de la CTACA et travailleront étroitement avec ce dernier, pour tous les aspects liés à l'élaboration de la stratégie.
- Fourniront à la directrice exécutive de la CTACA un chemin critique et des jalons à atteindre pour mener à bien cette affectation, incluant des rapports d'étape et des mises à jour de projet.
- Fourniront une version préliminaire et finale des plans requis à la fin de chaque phase, ainsi que le matériel connexe, dans un format jugé acceptable par la directrice exécutive.
- Tiendront à jour les dossiers comptables appropriés et remettront des factures conformes aux exigences de la CTACA et à ses politiques, lignes directrices et procédures de réclamation.
- Prendront les dispositions nécessaires pour leurs propres déplacements, l'hébergement, les repas, etc., conformément aux exigences du projet et aux politiques et lignes directrices de la CTACA.

- Présenteront un ou des documents définitifs au responsable du projet (CTACA) une fois l'affectation terminée. Ces documents, ainsi que tous les documents d'appui, etc., deviendront la seule propriété de la CTACA et de ses partenaires financiers dès la présentation du plan opérationnel en tourisme final. Ce plan sera communiqué aux partenaires financiers de la CTACA.
- Le consultant présentera le plan opérationnel en tourisme final à la CTACA. Le consultant devra tenir une séance de formation afin d'obtenir les appuis nécessaires à ce nouveau plan opérationnel en tourisme. Au total, deux présentations en personne seront requises.

### **BUDGET :**

Le niveau d'efforts prévu pour ce projet ne doit pas dépasser la valeur de 38 000 \$, taxes, dépenses, déplacements et tout autre coût associé au projet inclus.

### **SOUSSIONS :**

Les soumissions pour réaliser ce projet au nom de la CTACA doivent être reçues, par courriel ou par courrier, au plus tard à 12 h (midi), heure de l'Atlantique, le 25 novembre 2016. L'agence retenue pour ses services sera dévoilée le 1<sup>er</sup> décembre. Les travaux doivent commencer immédiatement après l'attribution du contrat et doivent être terminés au plus tard le 15 mars 2017.

Les soumissions seront cotées en fonction des critères énoncés à l'annexe A.

### **DEMANDES D'INFORMATION ET AUTORITÉ CONTRACTANTE :**

Tout commentaire ou toute proposition doit être adressé à :

Myriam Leger  
Directrice exécutive  
Commission du tourisme acadien du Canada atlantique

236, rue St-George, bureau 403  
Moncton, Nouveau-Brunswick, E1C 1W1

Téléphone : 506-850-8687

Courriel : [myriam@experienceacadie.com](mailto:myriam@experienceacadie.com)

Toute question concernant cette demande de proposition doit être présentée par écrit, et les Q et R seront affichées sur le site Web de la CTACA.

---

<b>ÉTUDE :</b>	<b>Pointage :</b>
<b>ENTREPRISE :</b>	<b>Soumission : \$</b>

---

**ÉVALUATION TECHNIQUE**

L'évaluation technique de la soumission se fait en fonction du prix proposé. Les trois facteurs suivants sont pris en considération :

<b>Travail</b>	Points
a) Compréhension de l'étude et de la portée, y compris des problèmes connexes	15
b) Démarche et méthodologie adoptées pour la réalisation de l'étude	15
c) Calendrier d'exécution proposé	<u>15</u>
<b>Total</b>	<b>45</b>

<b>Personnel</b>	Points
a) Chargé de projet: qualifications, poste dans l'organisation et expérience en tourisme, quant aux principaux éléments de l'étude	15
b) Personnel professionnel clé qui sera affecté à l'étude : nombre, qualifications et expérience dans les principaux éléments de l'étude	<u>15</u>
<b>Total</b>	<b>30</b>

<b>Entreprise</b>	Points
a) Renseignements attestant que l'entreprise possède des ressources humaines et des installations suffisantes pour réaliser l'étude	10
b) Réputation de l'entreprise et expérience en tourisme dans la réalisation de plans similaires, en évaluation et planification, développement de produits touristique, et en marketing et communications touristiques	10
c) Format général et présentation visuelle de la proposition et de son contenu :	<u>10</u>
<b>Total</b>	<b>30</b>

**Pondération des trois critères d'évaluation :**

1. Travail :	2.0 X	=	
2. Personnel :	1.5 X	=	
3. Entreprise :	1.0 X	=	_____
Note obtenue à l'évaluation technique :			_____
4. Évaluation du prix		=	_____
Note totale			

**ÉVALUATION DU PRIX (MAX 15)**

La soumission la plus basse qui respecte le budget du projet reçoit le maximum, soit 15 points. Chacune des soumissions plus élevées se voit attribuer des points selon la formule suivante : Diviser la soumission la plus basse par la soumission plus élevée et multiplier le résultat par 15 pour obtenir la note.

**Exemple :**

Soumission 1 :	5 000 \$ (la soumission la plus basse reçoit automatiquement 15 points)
Soumission 2 :	7 500 \$ (5 000 \$ divisés par 7 500 \$ et multipliés par 15 = 10 points)
Soumission 3 :	10 000 \$ (5 000 \$ divisés par 10 000 \$ et multipliés par 15 = 7,5 points)



