



Coaching Association of Canada
Association canadienne des entraîneurs

2451, promenade Riverside
Ottawa (Ontario)
K1H 7X7

613.235.5000
Télécopieur : 613.235.9500

2451 Riverside Drive
Ottawa, Ontario
K1H 7X7

613.235.5000
Fax: 613.235.9500

DEMANDE DE PROPOSITIONS : Élaboration de concepts, conception créative et plan stratégique de communications pour la campagne sur le Fonds de relance des services communautaires de l'ACE

DEMANDE DE PROPOSITIONS	Concept créatif, matériel de marketing et de communication, matériel photo et vidéo, vidéos d'influenceurs, campagne de marketing payée pour soutenir le projet du Fonds de relance des services communautaires
PROJET	Planifier, développer et mettre en œuvre une campagne promotionnelle nationale visant à sensibiliser les groupes démographiques cibles aux modules de formation en ligne accessibles par appareil mobile et à les inciter à l'utiliser.
DATES D'ÉCHÉANCE DU PROJET	Les dates d'échéances ci-dessous sont des recommandations et peuvent être révisées en fonction des agences. Échéance de l'élaboration de concept créatif : 29 mars 2024 Échéance de l'élaboration de la stratégie de campagne : 29 mars 2024 Échéance des photos et vidéos : 22 avril 2024 Échéance de la conception de documents marketing en anglais : 10 mai 2024 Échéance de la conception de documents marketing en français : 31 mai 2024 Campagne de marketing : 1 ^{er} au 30 juin 2024 Facturation finale au plus tard le 30 juin 2024 (exigence)
DATE LIMITE POUR SOUMETTRE UNE PROPOSITION	Le 12 février 2024, 8 h (HE)

INSTRUCTIONS À L'INTENTION DES AGENCES

Dans le cadre du financement reçu du Fonds de relance des services communautaires (FRSC), l'Association canadienne des entraîneurs (ACE) lance un appel de proposition pour l'élaboration de stratégie et de concept, la conception créative et la mise en œuvre d'une campagne de marketing payée visant à promouvoir les modules de formation en

ligne pour les entraîneurs auprès des nouveaux utilisateurs. Les informations et exigences ci-dessous sont conçues pour solliciter des réponses d'agences créatives qui transformeront les idées et les objectifs du projet en une stratégie promotionnelle et un concept créatif qui peuvent être soutenus par un plan de marketing tactique médiatique, social et numérique.

[Date limite pour soumettre une proposition : 19 février 2024, 20 h](#)

Veillez transmettre votre proposition à :

Yolande Usher
Directrice, marketing et communications
Association canadienne des entraîneurs
A/S du Centre RA, Maison du sport, 2451, promenade Riverside
Ottawa (Ontario) K1H 7X7
yusher@coach.ca

CONTEXTE

L'Association canadienne des entraîneurs (ACE) rallie divers intervenants et partenaires autour de sa mission de formation et de certification des entraîneurs, dans le but ultime d'étendre leur influence. Les programmes de l'ACE visent à outiller les entraîneurs en rehaussant leurs connaissances et compétences, à promouvoir le respect de normes éthiques, à encourager des comportements positifs ainsi qu'à accroître la reconnaissance professionnelle et l'influence des entraîneurs. L'ACE est un partenaire clé de 65 organismes nationaux de sport (ONS), de 13 représentants provinciaux et territoriaux de la formation des entraîneurs et de plusieurs organismes de services multisports, dont À nous le podium, Olympiques spéciaux Canada et le Centre canadien pour l'éthique dans le sport.

L'Association canadienne des entraîneurs (ACE) est fière d'annoncer qu'elle recevra une aide financière du Fonds de relance des services communautaires. Ce fonds est un investissement de 400 millions de dollars du gouvernement du Canada qui aidera notamment les organismes communautaires à renforcer leur capacité organisationnelle interne à se remettre des conséquences immédiates et à long terme de la pandémie de COVID-19. L'aide donnera à des organismes comme l'ACE des moyens pour investir dans des systèmes et processus essentiels à l'amélioration de leur structure organisationnelle.

L'ACE consacrera cette aide financière à l'optimisation de l'accessibilité, tout en améliorant le milieu du coaching partout au Canada.

Dans la même veine, l'ACE entend élargir son champ d'action auprès de diverses communautés au Canada. La pandémie a eu de lourdes conséquences sur le bénévolat dans le secteur sportif et sur la participation des athlètes. C'est pourquoi ce projet met de l'avant la volonté de l'ACE d'outiller les entraîneurs et athlètes aux quatre coins du pays et à créer un milieu de coaching plus inclusif et accessible.

DESCRIPTION DU PROJET

L'objectif de la composante marketing et communication du projet est de développer une stratégie, un concept créatif et du matériel pour soutenir une campagne de promotion des modules de formation en ligne de l'ACE et du système de gestion de l'apprentissage, le Casier. Grâce aux travaux réalisés dans le cadre de ce programme, les produits sont désormais accessibles pour les entraîneurs dans une expérience mobile.

Pour appuyer cette campagne, l'ACE fait appel au savoir-faire des agences afin de concevoir la stratégie, l'esthétique et l'essence globales du programme et des tactiques de marketing payées. Il s'agira notamment de créer du matériel de marketing attrayant, de rédiger des documents de communication, de coordonner des séances photos ou vidéos et d'utiliser d'autres ressources pour soutenir les tactiques choisies par l'agence afin d'allouer un budget supplémentaire pour la promotion payante qui sera supervisée et exécutée par l'agence sélectionnée.

Pour les besoins de la présente DP, nous avons inclus ci-dessous une liste des éléments de la campagne aux fins de consultation. Ces éléments et tous les éléments supplémentaires seront considérés comme faisant partie de la stratégie élaborée par l'agence retenue.

EXIGENCES

Stratégie :

- Élaborer une proposition de valeurs attrayante, des types d'utilisateurs, des messages ciblés pour soutenir la transmission de différents messages clés auprès de divers groupes cibles (p. ex. : appel direct à l'action, sensibilisation, défense des intérêts, etc.).
 - Communiquer clairement les avantages uniques et la valeur des modules de formation en ligne accessibles proposés dans le Casier pour les entraîneurs communautaires.
 - Rédiger un message concis et percutant qui souligne la manière dont ces modules peuvent améliorer les compétences des entraîneurs en coaching, augmenter leur efficacité et soutenir leur perfectionnement professionnel.
 - Adapter la stratégie pour cibler des groupes de nouveaux entraîneurs potentiels spécifiques.
- Travailler avec le personnel de l'ACE pour développer la stratégie globale de marketing et de communication et déterminer un plan de communication et de promotion payante pour mieux rejoindre les groupes cibles dans le cadre du budget promotionnel prévu, tout en tirant parti des canaux externes et des canaux de communication propres à l'ACE. Les canaux possibles sont les suivants :
 - Influenceurs communautaires
 - Campagnes par courriel
 - Témoignages vidéos
 - Campagnes de marketing numérique

- Tactiques supplémentaires choisies par l'agence

Élaboration du concept créatif et des textes

- Déterminer tout matériel promotionnel nécessaire pour soutenir cette stratégie.
- Élaborer un concept créatif pouvant s'intégrer à différentes plateformes, comme :
 - images numériques (y compris des formats pour les réseaux sociaux, des bannières de site Web et des affiches publicitaires);
 - page de renvoi à l'image de la campagne sur coach.ca;
 - série d'infolettres et d'articles de blogue;
 - témoignages vidéos, ressources pour la participation communautaire, ressources pour soutenir une campagne numérique, infographies à partager avec les partenaires, etc.
 - Tous les éléments doivent être offerts en anglais et en français.
- Les concepts doivent être élaborés en conformité avec le [Guide de la marque de l'ACE](#) et utiliser des images qui respectent la règle de deux et intègrent en tout temps les principes d'équité, de diversité et d'inclusion.
- S'assurer que les messages clés sont non seulement créés, mais aussi consciencieusement adaptés à divers publics et à différents canaux de communication.
- Veiller à ce que nos bailleurs de fonds soient dûment reconnus dans les actifs appropriés, conformément à la trousse d'outils du FRSC (délai d'approbation de 20 jours).

Séance photo et vidéo

- Coordonner et réaliser une séance photo et vidéo afin de recueillir des images pour appuyer la campagne et les futurs éléments de marketing.
- Interagir avec les entraîneurs et les participants qui ont de l'influence au sein du public cible pour concevoir des vidéos promotionnelles qui seront utilisées dans le cadre d'une solide campagne sur les médias sociaux, notamment Facebook, Instagram, YouTube et TikTok.
- Vidéos créées en français et en anglais, ainsi que dans d'autres langues, le cas échéant.

TACTIQUES POSSIBLES À ENVISAGER

Collaborer avec des entraîneurs communautaires influents :

- Cibler les entraîneurs influents au sein de la communauté qui ont de nombreux partisans ou qui sont respectés afin de leur proposer des collaborations, telles que des tactiques de marketing d'influence, des articles ou des entrevues en tant qu'invités, etc.

- Tirer parti de leur portée et de leur crédibilité pour amplifier le message sur les modules de formation et solliciter une plus grande communauté d'entraîneurs.

Campagnes par courriel

- Concevoir des campagnes de courriels ciblés pour rejoindre les entraîneurs communautaires, en diffusant des témoignages personnalisés et en les invitant à explorer les modules de formation en ligne accessibles.
- Tirer profit des listes d'adresses électroniques des partenaires et d'autres organisations pour accéder à de nouveaux groupes au sein du public cible.

Campagne dans les médias payants

- Soutenir la conception d'une campagne intégrée dans les médias payants numériques et imprimés. Pour assurer une portée nationale, concevoir des contenus dans différentes langues pour rejoindre des groupes cibles qui n'ont jamais utilisé nos ressources.
 - Affichage numérique
 - Médias sociaux
 - Google AdWords
 - Infolettres et magazines en ligne
 - Presse écrite
 - Marketing d'influence

BUDGET

- Paiement de l'agence : 48 000 \$ (y compris la photographie et la vidéographie)
- Campagne de promotion payée : À confirmer une fois que l'agence est confirmée.

OBJECTIFS ET PUBLIC CIBLE

Objectifs de la campagne de communication :

- Communiquer clairement les avantages uniques et la valeur des modules de formation en ligne accessibles proposés dans le Casier pour les entraîneurs communautaires.
- Souligner la valeur de la formation en ligne accessible sur appareil mobile.
- Rédiger un message concis et percutant qui souligne la manière dont ces modules peuvent améliorer les compétences des entraîneurs en coaching, augmenter leur efficacité et soutenir leur perfectionnement professionnel.
- Améliorer la diversité des entraîneurs au Canada, en s'appuyant sur les résultats du rapport d'enquête démographique du FRSC de l'ACE
- Favoriser les relations avec les influenceurs locaux des communautés cibles

Groupes démographiques ciblés :

- **Cible principale** : Les entraîneurs qui n'ont pas de compte Casier existant et qui pourraient bénéficier des fonctions d'accessibilité ajoutées dans le cadre de ce projet.
 - Mises à jour pour répondre aux exigences d'accessibilité WCAG 2.1
 - Description audio avec voix hors champ
 - Nouveau bouton d'accessibilité
- **Cible secondaire** :
 - Entraîneurs, participants au sport et responsables d'activités potentiels des communautés ciblées dans le rapport d'enquête démographique du FRSC de l'ACE.

Messages clés (à peaufiner) :

- Accédez facilement aux modules de formation en ligne sur votre appareil mobile
- Ressources et outils gratuits disponibles pour commencer votre parcours de coaching

ÉCHÉANCIER DU PROJET

Diffusion de la DP :	5 février 2024
Discussions approfondies avec les agences :	5 au 18 février 2024
Échéance pour soumettre une proposition :	19 février 2024
Sélection de l'agence :	semaine du 19 février 2024
Lancement du projet	semaine du 26 février
Toutes les factures doivent être soumises avant le	30 juin 2024
Date de lancement :	1 ^{er} juin 2024

RENSEIGNEMENTS SUPPLÉMENTAIRES SUR LE PROJET

Grâce au financement reçu dans le cadre de l'investissement du FRSC, l'ACE prendra des mesures importantes pour améliorer la diversité, l'accessibilité et l'inclusion dans la formation des entraîneurs.

Nous nous lançons ainsi dans un projet à plusieurs volets en vue d'améliorer le milieu du coaching au Canada. L'ensemble du projet comprend les éléments suivants :

Données démographiques : Nous examinerons minutieusement les données démographiques extraites du Casier, notre système de gestion de l'apprentissage et de base de données, pour obtenir de l'information utile sur la communauté d'entraîneurs. Ces renseignements nous permettront de concilier nos efforts et notre objectif stratégique d'augmenter la diversité chez les nouveaux entraîneurs, en ciblant notamment les Néo-Canadiens.

Amélioration de l'accessibilité : L'ACE améliorera l'accessibilité de 12 modules de formation en ligne en veillant à satisfaire aux exigences rigoureuses des Règles pour

l'accessibilité des contenus Web (WCAG) 2.1. Le projet vise un accès universel sur toutes les plateformes, dont les appareils mobiles, pour offrir une expérience de formation plus inclusive.

Infrastructure modernisée : Nous modernisons et optimisons aussi l'infrastructure du Casier afin d'offrir une meilleure expérience de formation aux entraîneurs. Cette amélioration permettra de leur offrir un meilleur accès à l'éducation et aux formations, et ce, à l'échelle nationale.

Intervention communautaire : Nous élargissons nos interventions auprès de diverses communautés partout au Canada, en reconnaissant les profondes conséquences de la pandémie sur le bénévolat dans le secteur sportif et sur la participation des athlètes. Nous sommes déterminés à outiller les entraîneurs et les athlètes partout au pays et à créer un environnement de coaching plus inclusif et accessible.

Cette aide financière témoigne de la confiance et du soutien que le gouvernement du Canada accorde à notre mission visant à favoriser la résilience et la capacité d'adaptation des organismes communautaires. Façonnons ensemble un avenir radieux pour le coaching au Canada.

EXIGENCES RELATIVES AUX PROPOSITIONS

Veillez inclure les informations suivantes dans votre proposition :

Renseignements sur l'entreprise

- Nom et adresse de l'entreprise
- Site Web
- Coordonnées de la personne-ressource (nom, titre, numéro de téléphone, adresse courriel)

Profil et expérience

- Profil, structure et description des compétences de base de l'agence
- Description des projets d'envergure et de portée semblables (accompagnée d'exemples) pour lesquels vos services ont été retenus au cours des trois dernières années

Approche créative et échéancier

- Aperçu de l'approche créative pour le plan de communications (livrable prioritaire) en vue d'atteindre les objectifs décrits dans la présente DP
- Ébauche d'un plan de travail avec un calendrier indiquant les dates des activités importantes, et confirmation que l'agence est en mesure de respecter le budget et les dates d'échéance

Méthodologie proposée

- Expliquer la structure mise en place pour soutenir le projet.
- Comprendre comment assurer une communication claire tout au long du projet afin de rester sur la bonne voie et de respecter le budget.

Obstacles potentiels

- Y a-t-il des risques ou obstacles à prendre en compte? Échéances, fermetures de bureaux, etc.

Coûts et services

- Aperçu des honoraires pour les services fournis en précisant la méthode de facturation pour ces services
- Description de la politique de paiement de l'entreprise, y compris les dépôts requis

Références

- Deux références pour des projets d'envergure et de portée semblables à celles du projet décrit dans la présente DP.

Équité, diversité et inclusion

En tant qu'organisme d'un pays diversifié et multiculturel, l'ACE adopte les principes d'équité, de diversité et d'inclusion. Nous reconnaissons l'importance de respecter et de représenter la diversité des expériences, des perspectives et des origines de chaque Canadien et Canadienne et de faire en sorte que cette diversité se reflète dans notre milieu de travail et nos projets. En tirant parti de la diversité du pays, nous pouvons avoir un effet positif sur la communauté sportive, mieux former les entraîneurs et les athlètes et jouer un rôle important dans la croissance et le succès du Canada en tant que nation sportive.

Nous souhaitons travailler avec des organismes qui partagent les mêmes valeurs. Veuillez nous faire part de toute information ou politique que votre organisme a instaurée pour favoriser l'équité, la diversité et l'inclusion au sein de votre administration, vos politiques et vos programmes.

ÉVALUATION DE LA PROPOSITION

Toutes les propositions sont évaluées et celles qui répondent le mieux aux objectifs seront retenues pour être présentées à une réunion ultérieure. Les propositions seront évaluées en fonction des critères suivants :

Compétences et expérience

- Expérience stratégique, créative et novatrice de l'agence, réalisations antérieures et capacités

- Capacité de mener une campagne intégrée qui allie valeur stratégique et conception créative, et qui déploie des tactiques essentielles tout en mettant l'accent sur la mesure et l'analyse.

Compréhension du projet et approche proposée

- Compréhension du mandat de l'ACE et des objectifs du projet
- Ambition de donner vie au projet par des idées de campagne uniques et novatrices
- Capacité de communiquer l'importance des messages de la campagne de façon efficace et positive

Budget et coûts

- La proposition doit comprendre une estimation des coûts pour les services qui seront fournis.
- Les coûts doivent comprendre tous les frais (honoraires, création et production). Veuillez les fournir séparément. Il n'est pas nécessaire d'inclure les coûts liés à la traduction.

Relation entre l'agence et l'équipe de projet

- Le meilleur atout de tout partenariat créatif et stratégique réside dans une bonne relation entre les personnes concernées. L'agence retenue sera en mesure d'établir des liens solides avec l'équipe de marketing et les partenaires de l'ACE qui participent à la création et à la mise en œuvre de la campagne.

Engagement pour l'équité, la diversité et l'inclusion

- L'engagement de l'agence pour l'équité, la diversité et l'inclusion à titre d'organisme se reflète dans ses politiques, ses activités et ses projets antérieurs.

COORDONNÉES DE LA PERSONNE-RESSOURCE DE L'ACE

Projet :	Fonds de relance des services communautaires
Client :	Association canadienne des entraîneurs
Personne-ressource :	Yolande Usher Directrice, marketing et communications Association canadienne des entraîneurs
Adresse postale :	A/S de la Maison du sport, Centre RA, 2451, promenade Riverside, Ottawa (Ontario) K1H 7X7
Téléphone :	613 235-5000, poste 2391
Adresse courriel :	yusher@coach.ca
Site Web :	www.coach.ca/fr