



**Appel de propositions  
par le Regroupement  
des producteurs multimédia**

PROJET :

**VITRINE DES MÉDIAS NUMÉRIQUES**

**Date de dépôt**  
1<sup>er</sup> septembre 2015



## LA VITRINE DES MÉDIAS NUMÉRIQUES Appel de propositions

### Table des matières

1. À propos du RPM	3
2. Partenariat entre le RPM et la Ville de Montréal pour appuyer l'entrepreneuriat de l'industrie des médias numériques	3
3. Appel de proposition pour la création d'une Vitrine numérique	3
4. Approche proposée	4
5. Description du livrable	5
6. Durée du mandat et date des livrables	5
7. Budget	5
8. La proposition	6
9. Date de dépôt	6
10. Calendrier	6
11. Évaluation des propositions	7

## 1. À propos du RPM

Le Regroupement des Producteurs Multimédias du Québec ([www.rpm-qc.com](http://www.rpm-qc.com)) est un organisme à but non lucratif créé en 2000. Il s'agit d'une organisation dirigée par un Conseil indépendant formé de membres bénévoles issues de l'industrie du multimédia.

La mission principale du RPM est de « Favoriser la mise en place des conditions et des mesures propices à la croissance de l'industrie des médias numériques au Québec. »

Le RPM regroupe près d'une centaine de producteurs actifs en production de contenu de commande, en production de jeux, ainsi qu'en contenu médiatique de convergence ou en contenu original sur les nouvelles plateformes de diffusion en ligne et mobiles. En lien avec sa mission, le RPM fait des représentations actives auprès des gouvernements, gère des ententes collectives avec les syndicats d'artistes (UDA-AQTIS), collabore avec différents acteurs et gestionnaires de fonds à la définition des enjeux sectoriels liés aux programmes et politiques de soutien à l'industrie, et participe à la réalisation d'études sur les réalités économiques et d'affaires du secteur.

Dans cette perspective, le RPM ne représente pas que ses membres. Il est le porte-parole de l'ensemble des intervenants du secteur de la production numérique et agit comme un rassembleur pour une communauté d'affaires québécoise qui va bien au-delà de sa base de membres. Il contribue ainsi, depuis six ans, à l'organisation des PRIX NUMIX ([www.numix.ca](http://www.numix.ca)), le seul concours et gala annuel attribuant des prix d'excellence en production de contenus pour les médias numériques du Québec.

## 2. Partenariat entre le RPM et la Ville de Montréal pour appuyer l'entrepreneuriat de l'industrie des médias numériques

En 2014, le RPM a conclu une entente triennale avec la Ville de Montréal relativement à quatre projets favorisant le développement des entreprises et des compétences dans le secteur de la production multimédia ainsi que le rayonnement, la diffusion et la promotion des contenus numériques.

Les projets visés par l'entente sont :

- l'organisation de diners-conférences « Rendez-vous d'affaires » axés sur des études de cas;
- le soutien aux activités des « living labs » et la création d'un programme de mentorat;
- la création d'une Vitrine numérique;
- la création d'un prix START-UP NUMIX

## 3. Appel de proposition pour la création d'une Vitrine des médias numériques

Dans le cadre de cette entente, le RPM lance un « appel de propositions » pour la création d'une Vitrine afin de faire rayonner le savoir-faire de l'industrie numérique du Québec. L'objectif principal de cette Vitrine est de faire valoir la qualité des « produits » qui sont créés et réalisés au Québec et de les faire connaître au public québécois et à l'international.

L'idée sous-jacente de la Vitrine est de susciter chez le public un intérêt à consommer les titres multimédias d'ici tout en faisant connaître l'expertise et le talent des créateurs qui sont à la source de ces réalisations.

Par la même occasion, le RPM souhaite par cette vitrine soutenir le développement de l'industrie en créant des opportunités d'affaires entre les entreprises et de construire une passerelle avec le commerce extérieur.

En premier lieu, les produits présentés dans cette Vitrine sont les lauréats des PRIX NUMIX de l'année en cours. Ce concours a six ans d'existence et il est maintenant devenu la norme de l'excellence dans l'industrie des médias numériques du Québec. Aujourd'hui, les PRIX NUMIX comptent six grandes catégories : Communication et promotion, Production culturelle, Nouveaux médias interactifs, Production jeux, Production Web télé et Production de convergence. <http://www.numix.ca/palmares/2015/>

En 2015, il y a eu 107 entreprises participantes qui ont soumis 174 projets ; 23 Prix ont été sélectionnés par un Jury composé de 29 professionnels issus de l'industrie des médias numériques.

Afin d'assurer un portrait plus complet de la production québécoise, le RPM souhaite ajouter dans la Vitrine des productions qui ont été récipiendaires d'un prix à l'international ou qui ont connues un vif succès à l'étranger dans la dernière année. Pour cette sélection, un comité consultatif sera formé pour choisir les différentes productions qui méritent d'être connues par le public québécois.

#### **4. Approche proposée**

En ce qui a trait à la forme et au format de cette Vitrine ainsi qu'au plan de communication pour assurer son rayonnement, le RPM n'a pas de cahier de charge précis à proposer. Au contraire, et c'est volontaire, le RPM souhaite laisser le choix à chaque équipe soumissionnaire de proposer un concept de Vitrine et les moyens de communication pour sa diffusion.

À l'époque où tous les médias traditionnels sont en mutation et que les façons de communiquer avec le public n'arrêtent pas de se réinventer par le biais des nouvelles plateformes, le RPM souhaite que la Vitrine s'inscrive dans cette nouvelle réalité.

En résumé, le RPM recherche un produit « original et singulier » qui reflète la créativité de l'industrie des médias numériques tout en étant efficace et dynamique au niveau de la communication. Toutes propositions seront donc considérées, que ce soit des entrevues, des articles, des montages de capsules vidéo, un jeu interactif ou un jeu-questionnaire, etc. Pour ce qui a trait au plan de communication, les producteurs pourraient proposer différentes ententes avec de grands médias ou des médias spécialisés, la création d'un site web, le développement d'outils et de moyens pour prolifération de l'information sur les réseaux sociaux, etc. Il est aussi possible d'imaginer la publication de différentes rubriques de la Vitrine de manière périodique et sur différentes plateformes ou médias afin de maintenir une présence continue sur les réseaux selon les types de productions et la clientèle cible. Il pourrait également s'agir d'une combinaison de plusieurs de ces possibilités. Tout est ouvert.

## 5. Description du livrable

### 5.1 Concevoir et produire une Vitrine

L'entreprise a la responsabilité de concevoir et produire une vitrine mettant en valeur les productions qui sont lauréates d'un NUMIX ainsi qu'un certain nombre de productions québécoises qui ont été reconnues ici et à l'étranger au cours de la dernière année. Afin d'assurer un rayonnement international, la Vitrine est offerte en deux langues, soit en français et en anglais. Au total : trente productions seront présentées annuellement dans la Vitrine

### 5.2 Concevoir un plan de communication pour la Vitrine

L'entreprise a la responsabilité de concevoir et de proposer un plan communication dont l'objectif est de rejoindre le plus largement possible le public québécois et de faire rayonner les productions d'ici à l'étranger.

### 5.3 Assurer l'exécution des communications de la Vitrine

L'entreprise a la responsabilité de gérer et d'exécuter le plan de communication en respectant les objectifs proposés.

## 6. Durée du mandat et date des livrables

Le mandat comprend 3 éditions de la Vitrine qui se répartiront en trois années consécutives, soit en 2015, 2016 et 2017.

La première Vitrine doit être livrée avant le 16 novembre 2015. Les dates de livraisons pour les deux autres Vitrites seront le 1er septembre de chaque année.

## 7. Budget

Le RPM souhaite développer avec l'adjudicataire une relation de partenariat. Le budget estimé pour la réalisation de la Vitrine est de 225 000 \$. Le RPM est disposé à déboursier 150 000 \$ pour l'ensemble du projet. Nous demandons au soumissionnaire une contribution équivalente de 75 000 \$. Le RPM ne considérera pas la valeur de cette contribution uniquement par le biais d'un escompte sur les honoraires professionnels, mais sur l'ensemble du modèle d'affaires proposé. À titre d'exemple, la valeur de partenaires médias sera considérée comme une contribution au budget. En contrepartie de cette contribution, le RPM s'engage à un échange de visibilité. Pour la première année, le budget est supérieur pour aider le démarrage du projet.

Répartition du budget			
	Budget	Mise de fonds du RPM	Contribution du partenaire
2015	85 000 \$	60 000 \$	25 000 \$
2016	70 000 \$	45 000 \$	25 000 \$
2017	70 000 \$	45 000 \$	25 000 \$
Total	225 000 \$	150 000 \$	75 000 \$

## 8 La proposition

L'offre de services soumise inclut :

### 8.1 Présentation de l'équipe selon les besoins du concept proposé.

À titre d'exemple :

- Directeur du projet
- Directeur de création
- Rédacteur en chef
- Réalisateur vidéo
- Photographe
- Chargé de projet
- Gestionnaire de réseau

Un mini-CV présentant chaque membre de l'équipe. Le soumissionnaire doit garantir que les membres de l'équipe qui sont inscrits dans l'offre de services devront être ceux qui réaliseront le projet pour la première année de l'exécution du contrat.

### 8.2 Présentation du concept

- une présentation du concept (250 mots) ;
- des références sur l'approche de la signature graphique proposée ;
- description du plan de communication.

### 8.3 Méthodologie et calendrier

- méthodologie et différentes étapes d'approbation et l'approche de communication entre les différents intervenants impliqués dans la réalisation du projet ;
- calendrier de production.

### 8.4 Considération financière

Présentation de l'approche du soumissionnaire pour la rémunération du mandat et de la ventilation des coûts, ainsi que les modalités de paiement.

## 9. Date de dépôt

Une session d'information aura lieu à l'INIS le 17 août à 14 heures.

Inscription nécessaire : [info@rpm-qc.com](mailto:info@rpm-qc.com). Cette inscription permettra, s'il y a lieu, de faire parvenir des addendas.

L'offre de services doit être déposée au plus tard le **1er 2015, 17h00** au 2015, rue Peel, bureau 925 Montréal (Québec) H3A 1T8 ou en format PDF transmis à Michel Jolicoeur à l'adresse courriel [michel@rpm-qc.com](mailto:michel@rpm-qc.com).

La sélection de l'entreprise sera connue le **4 septembre**. La première rencontre entre les responsables du RPM et l'entreprise aura lieu le **mercredi 9 septembre**.

## 10. Calendrier

**5 août** : lancement de l'appel de propositions

**17 août** : session d'information

**28 août** : date de dépôt des propositions

**4 septembre** : annonce de la firme retenue

**9 septembre** : première rencontre de travail (établissement du calendrier)

**23 novembre** : livraison de la première étape de la Vitrine

## 11. Évaluation des propositions

### **EXPÉRIENCE DE L'ÉQUIPE : 5 sur 20**

Évaluation de l'expérience générale de l'équipe, et plus spécifiquement de l'expérience du directeur de compte pour ce type de projet au cours des 3 dernières années.

### **CONCEPT PROPOSÉ : 10 sur 20**

Qualité du concept proposé pour la réalisation de la Vitrine. La valeur ajoutée de sa proposition quant à sa gestion du mandat, la description des principales étapes du projet et les méthodes utilisées.

### **APPROCHE BUDGÉTAIRE : 5 sur 10**

Présentation de l'approche du soumissionnaire pour la rémunération du mandat et de la ventilation des coûts. La flexibilité et l'innovation quant à son approche de rémunération seront considérées.

—