

Questions-réponses

Partie C ; chapitre 4, section 4.2 sélection qualitative :

Lot 2 : Le soumissionnaire justifiera sa capacité technique, en démontrant qu'il possède l'expérience requise en matière d'accompagnement d'organismes (privés ou publics) lors de l'établissement et de l'élaboration de campagnes de communication et de marketing pour des hackathons.

Ne seront donc prises en compte que des références de campagne de communication et de marketing pour des hackathons, ou pouvons-nous mettre des références avec un spectre plus large ? Ce critère de sélection est extrêmement restrictif.

Oui, uniquement des références de campagne de communication et de marketing pour des hackathons seront prises en compte.

La période des hackathons (février et avril 2019) est-elle déjà fixée définitivement ou peut-elle encore être modifiée en cas de besoin ?

Non, la période des hackathons est déjà fixée. Le timing exact sera déterminé en concertation avec le prestataire de services après l'attribution du marché.

- Si le fichier de soumission dépasse 350 mb, peut-il être envoyé au format ZIP ?

Oui

- Le lot 2 est décrit à la page 21.

Est-il bel et bien correct que vous demandez également une identité visuelle et que nous devons déjà l'intégrer dans une affiche ou une bannière par exemple ?

Ou demandez-vous de quelle manière nous développerons une identité visuelle si nous décrochons le marché ?

Ces aspects ne seront en principe détaillés qu'après avoir remporté le marché.

Nous pourrons bien entendu vous fournir une vision claire, structurée et détaillée quant à la réalisation.

Dans son offre, le soumissionnaire reprendra les éléments suivants :

- des explications sur sa vision de la campagne à mener ;
- un exemple d'une campagne de communication intégrée et cohérente pour un hackathon ;
- des explications sur son plan d'approche pour l'organisation de la campagne en actions de communication spécifiques ;
- un exemple d'une action de communication concrète sur un support de son choix (p. ex. site Internet, affiche, etc.).

Est-il en outre bel et bien correct que vous demandez un plan d'approche concret sur la stratégie de communication ?

Ou demandez-vous de le décrire dans une perspective plus large ?

Ces aspects ne seront en principe détaillés qu'après avoir remporté le marché.

Nous pourrons bien entendu vous fournir une vision claire, structurée et détaillée quant à la réalisation.

Dans son offre, le soumissionnaire reprendra les éléments suivants :

- des explications sur son plan d'approche pour l'organisation de la campagne en actions de communication spécifiques ;
- un exemple d'une action de communication concrète sur un support de son choix (p. ex. site Internet, affiche, etc.).

- Devons-nous prendre en charge la mise à disposition d'un lieu offrant toutes les facilités nécessaires (Internet, éclairage et sonorisation, électricité, tables et chaises, etc.) ou est-ce à la charge du pouvoir adjudicateur (pour les deux hackathons) ?

Non, le pouvoir adjudicateur s'en chargera. Après l'attribution du marché, le soumissionnaire pourra formuler des suggestions.

- Devons-nous prendre en charge le service traiteur et les boissons ou est-ce à la charge du pouvoir adjudicateur (pour les deux hackathons) ?

Non, le pouvoir adjudicateur s'en chargera.