

**APPEL D'OFFRES  
POUR LES SERVICES D'UNE AGENCE CRÉATIVES  
2025-2026**

Pour

**CENTRE D'EXPERTISE INTERNATIONAL DE MONTRÉAL EN INTELLIGENCE  
ARTIFICIELLE (CEIMIA)**

**AVRIL 2025**

## **Tables des matières**

	<u>Page</u>
1- Contexte .....	3
2- Objectifs .....	4
3- Détails du mandat .....	4
4- Soumissions des candidatures .....	5
5- Critères de sélection .....	6
6- Échéancier et soumission .....	7
ANNEXE 1 : Foire aux questions .....	8



## **1. CONTEXTE**

Créé dans le cadre du Partenariat mondial sur l'intelligence artificielle (PMIA), le Centre d'expertise international de Montréal en intelligence artificielle (CEIMIA) a débuté ses opérations en 2020 en tant que catalyseur de progrès dans le domaine de l'intelligence artificielle responsable.

Le CEIMIA se positionne comme un acteur clé du développement responsable de l'intelligence artificielle, fondé sur des principes d'éthique, de droits de la personne, d'inclusion, de diversité, d'innovation et de croissance économique. Ce faisant, il met en œuvre des projets appliqués à fort impact en intelligence artificielle responsable, via un portfolio en propre mais également en soutien au PMIA.

Le PMIA, en partenariat intégré avec l'OCDE, rassemble 44 pays s'unissant pour faire avancer un programme ambitieux de mise en œuvre d'une intelligence artificielle (IA) centré sur l'humain, de manière sûre, sécurisée et digne de confiance, conformément aux [principes de la Recommandation de l'OCDE sur l'IA](#).

Le plan de travail visant la mise en œuvre d'une IA responsable, de confiance et sécuritaire, se structure en deux volets. Le premier, sous la marque principale du PMIA gérée par l'OCDE, s'ancre dans les recommandations aux politiques. Le second, sous la marque PMIA associée, développe des outils concrets et solutions appliquées.

Ce second volet est soutenu par trois centres, dont le CEIMIA, situés au Canada, en France et au Japon, gérant les projets de la marque affiliée de manière indépendante en complémentarité aux projets PMIA menés par l'OCDE. Ces trois centres sont structurés en un Réseau des Centres de la communauté d'experts du PMIA.

Pour en savoir davantage sur notre vision, notre mission, ainsi que sur les projets appliqués en cours, veuillez consulter notre site web à l'adresse suivante : [CEIMIA — le développement responsable de l'IA | Accueil](#)

## **2. OBJECTIF**

Le CEIMIA souhaite retenir les services d'une agence créative pour l'aider à valoriser ses travaux auprès des décideurs politiques (québécois, canadien et internationaux), de la communauté scientifique et de l'industrie. Il s'agit de sensibiliser et d'inciter à l'action vis-à-vis des enjeux mis en lumière dans ses projets.

Ainsi, l'objectif principal de ce mandat est de développer des stratégies de communication créatives et visuelles pour le CEIMIA, le Réseau des Centres et la marque "PMIA Associée", afin de renforcer leur présence et visibilité sur des sujets clés tels que le développement et l'adoption responsable de l'IA pour le bien commun.

## **3. OBJECTIFS SPÉCIFIQUES ET DÉTAILS DU MANDAT**

Les attentes spécifiques autour de ce mandat sont:

### **1. Travaux principaux**

- a. ***Développer au moins une campagne créative de communication*** sur les sujets stratégiques de l'année 2025-2026, À noter que le ou les projets éligibles n'ont pas encore été sélectionné(s). Il pourra s'agir de projets de l'OCDE, de projets "PMIA Associés" ou de projets CEIMIA. De plus, il n'est pas envisagé de produire des spots télévisés ou des publicités grand public
- b. ***Développer les identités de marque*** pour:
  - i. le "Réseau des Centres": il s'agira de développer l'identité visuelle pour le "Réseau des Centres" et développer des supports de communication dans la lignée de cette identité pour aider les trois Centres à communiquer sur leurs initiatives.
  - ii. les projets "PMIA Associés": cette identité visuelle devra être développée dans la continuité du logo créé par l'OCDE et développer des supports de communication pour aider à la dissémination de ces projets, comme des figures illustratives dans les rapports ou pour des brochures, ou encore d'autres formats plus originaux (posters, livrets...).

2. **Travaux ponctuels spécifiques aux projets:** En plus des travaux principaux, des demandes ad hoc pourront survenir. Il s'agira de créer des outils et supports de communication ou illustrations pour les rapports ou autres supports pour soutenir notre organisation dans ses efforts de communication. Ceux-ci devront être développés dans le respect de l'identité déjà existante du CEIMIA et celles des deux autres marques, que l'agence aura développées. Voici quelques exemples de livrables ponctuels spécifiques aux projets (liste non exhaustive) :

- a. Brochures explicatives pour la diffusion des concepts clés.
- b. Vidéos témoignages mettant en avant l'impact des projets.
- c. Motion design pour des messages percutants et visuels.
- d. Illustrations et figures pour les rapports et présentations afin de rendre l'information accessible et engageante.
- e. Sites webs et plateformes interactives.

Le CEIMIA favorise une approche de travail en co-crédation avec ses équipes de communication et de gestionnaires de projet.

### **Informations pertinentes**

- Période du contrat : Mai 2025 à mars 2026 (renouvelable)
- Budget estimatif : jusqu'à 125 000 CAD pourront être alloués à l'agence sélectionnée pour mener à bien ce mandat sur la période définie ci-dessus.

## **4. SOUMISSION DES CANDIDATURES**

Votre offre de services doit traiter de chacun des points suivants et dans l'ordre indiqué ci après :

### **→ 4.1 Sommaire exécutif d'une page**

- ◆ Résumé des éléments clés de votre offre et des avantages pour le CEIMIA d'engager votre firme

### **→ 4.2 Qualifications et expérience de votre firme et des principaux membres de votre équipe.**

- ◆ Expérience de votre firme et de l'équipe proposée à servir des organismes similaires au CEIMIA
- ◆ Des références de clients similaires et des références de clients (exemple de projet).

### **→ 4.3 Approche de collaboration: aperçus du processus de services créatifs et autres services offerts.**

- ◆ Approche créative : Processus interne pour assurer la qualité des livrables et garantir une approche innovante et pertinente.
- ◆ Indépendance et originalité : Pratiques mises en place pour assurer une créativité authentique et différenciée.
- ◆ Autres services offerts : Services complémentaires pouvant être pertinents selon les besoins du mandat.
- ◆ Outils technologiques : Précisez quels logiciels et plateformes vous utiliserez pour la conception, la gestion de projet et la collaboration.

### **→ 4.4 Honoraires**

- ◆ Estimation des heures et du budget pour les travaux principaux.
- ◆ Grille tarifaire par niveau pour les travaux ponctuels: Tarification détaillée en fonction des différents niveaux d'expertise pour chaque service créatif proposé (conceptualisation, design, gestion de projet, etc.) décrit dans la section 4.3.

Echéancier pour les premiers projets / livrables attendus de l'année :

- Fin juin 2025 pour l'identité visuelle du Réseau des Centres (et de la marque "PMIA Associés").
- Package gouvernemental (Septembre 2025)

Les autres projets de communication n’ayant pas été encore définis, les échéances devront être établies en conséquence.

## **5. CRITÈRES DE SÉLECTION**

Merci de vous assurer que votre offre de service détaille votre approche de travail, vos expériences/références pertinentes et illustrent les critères de sélection suivants:

- ❖ Agence stratégique et créative intégrée (stratégie, création, production).
  - Stratégie 360, conception-rédaction, graphisme, vidéo, motion design, digital.
- ❖ Expérience avec des organisations complexes et multipartites.
  - Organisations internationales avec plusieurs parties prenantes et des enjeux politiques internes et de multiples identités, où il peut y avoir plusieurs échelons et rondes de révision et de validation.
- ❖ Connaissance des technologies et du milieu académique.
  - Capacité à interpréter/transformer des figures scientifiques complexes en du contenu digeste et vulgarisé pour le public.
- ❖ Flexibilité et réactivité pour s’adapter aux besoins changeants.
  - Comme nous évoluons proche du domaine politique, nous pouvons parfois avoir des opportunités imprévues ou un besoin de réajustement des livrables dû à certains facteurs (notamment suite aux rondes de révisions).
- ❖ Agence située au Canada/Québec et bilingue (français/anglais).
- ❖ Sensibilité aux enjeux éthiques et engagement envers le secteur non lucratif.

<b>Critères</b>	<b>Poids</b>
Expertise globale de l’agence (différentes capacités au niveau stratégie, création, production, etc.)	20%
Expérience spécifique au secteur	20%
Approche de collaboration: compatibilité culturelle et co-crédation	15%
Bilinguisme (FR/EN)	15%
Réactivité et flexibilité	10%
Capacité à travailler avec des organisations complexes	10%
Respect du budget alloué	10%

### **Remarques importantes :**

- Dans un souci de s’assurer que toutes les soumissions soient comparables, nous précisons qu’aucune proposition créative (travail spéculatif) ne sera prise en considération dans l’évaluation des soumissions.

- Lors des évaluations, nous accorderons également une importance au respect du budget demandé. Le CEIMIA s'engage à ne pas accepter par défaut la soumission la plus basse.
- D'autre part, le présent appel d'offres ne constitue pas une offre au sens du Code civil du Québec et ne crée aucune obligation légale de la part du CEIMIA envers les soumissionnaires.

## **6. ÉCHÉANCIER ET SOUMISSION**

- Publication de l'appel d'offres : 10 avril 2025
- **Date limite de soumission : 16 mai 2025, 16h**
- Analyse des propositions : Début - semaine du 19 mai 2025
- Rencontre avec les finalistes : semaines du 19 et du 26 mai 2025
- Annonce de l'agence retenue : 30 mai 2025

Votre offre de services ne doit pas dépasser 7 pages (hors annexes) et doit être soumise de manière électronique au plus tard à 16 h le 16 mai 2025 à l'adresse suivante :

CEIMIA  
A/S Sophie Fallaha, directrice générale  
[sophie.fallaha@ceimia.org](mailto:sophie.fallaha@ceimia.org)

Merci de mettre en copie Mme Gwenaëlle Le Peuch, Chargée des communications,  
[gwenaelle.lepeuch@ceimia.org](mailto:gwenaelle.lepeuch@ceimia.org) .

## **CENTRE D'EXPERTISE INTERNATIONAL DE MONTRÉAL EN INTELLIGENCE ARTIFICIELLE**

Signé par :



\_\_\_\_\_  
B155B8F28D1E46D...  
Sophie Fallaha  
Directrice exécutive, CEIMIA

## ANNEXE 1 : FOIRE AUX QUESTIONS

- 1. 1- Il semble y avoir deux dates limite de soumission, en 6. ÉCHÉANCIER ET SOUMISSION «2 mai 2025» et plus loin «au plus tard à 16 h le 18 avril 2025».Je voulais donc valider que nous avons bien jusqu'au vendredi 2 mai, 16h.**

Effectivement, une erreur s'est glissée dans le document. La date limite initiale était fixée au 2 mai à 16 h 00. En revanche, après réflexion à l'interne, nous avons décidé de rallonger le délai de soumission. La date limite de soumission est donc repoussée au vendredi 16 mai, 16h.

- 2. En 4.2 «Qualifications et expérience de votre firme et des principaux membres de votre équipe.». On demande «Des références de clients similaires et des références de clients (exemple de projet).». Pour des exemples de projets, j'imagine que vous voudrez voir des images de projet, donc un extrait de portfolio ? Évidemment, demandera qqs pages supplémentaires. Je voulais donc valider que l'on peut joindre cette portion en annexe.**

Votre proposition (hors annexes) doit compter un maximum de 7 pages. Les exemples de projets sont effectivement considérés comme des annexes. Il n'y a donc pas de souci pour ajouter vos exemples à la suite. Il n'y a pas de nombre maximum de pages défini pour les annexes.

- 3. Est-il possible de se rencontrer durant la première étape de l'appel d'offres, c'est-à-dire avant la date butoire de soumission ?**

Étant donné qu'il s'agit d'un appel public, nous devons respecter les étapes du processus de sélection, donc nous ne rencontrerons que les agences sélectionnées pour le 2e tour, c'est-à-dire à partir du 19 mai 2025.

- 4. Comment rester à jour dans les nouvelles à propos de cet appel d'offres ?**

Nous mettons régulièrement à jour notre appel d'offres, notamment avec l'évolution des dates et pour apporter des réponses aux questions qui nous sont posées. Pour rester au fait de ces évolutions, nous vous encourageons à nous suivre sur [LinkedIn](#), [X](#) ou [Bluesky](#).

- 5. Dans les livrables attendus, pouvez-vous définir ce qui doit être inclus dans le Package gouvernemental (septembre 2025)?**

Le Package gouvernemental a pour but de donner un aperçu des informations et des outils issus de nos projets phares de l'année passée que les gouvernements membres du PMIA ont à leur disposition pour les orienter dans l'élaboration de leurs politiques concernant l'intelligence artificielle. En effet, chaque année nos experts et nos gestionnaires de projets travaillent à livrer un grand nombre de rapports avec des recommandations et/ou des outils à l'attention de ces gouvernements. Ces rapports sont présentés très sommairement lors du Sommet annuel du PMIA, mais l'information dans ceux-ci reste dense et nous ne savons pas à quel point ils sont consultés. L'idée est donc d'attirer leur attention sur les outils qu'ils ont à leur disposition.

- 6. En regard à l'identité des projets PMIA Associés, il est indiqué que l'identité visuelle devra être développée dans la continuité du logo créé par l'OCDE. Serait-il possible de nous partager celui-ci?**

Voici le logo PMIA-Associés développé par l'OCDE. Ce logo est très proche de la première identité visuelle du PMIA (GPAI).



Pour information, suite à l'intégration du PMIA à l'OCDE, l'OCDE a revisité le logo original du PMIA avec les couleurs de l'OCDE :



- 7. Au point 1.b, le besoin indiqué est de développer une stratégie de communication créative et visuelle pour le Réseau des Centres. Pourriez-vous préciser ce que vous entendez par «stratégie de communication créative»? Nous comprenons que les livrables attendus sont un logo et une plateforme de marque appliquée sur quelques supports de communication. Pouvez-vous confirmer que notre compréhension est la bonne?**

Oui c'est exact. Ici, "stratégie de communication créative" n'est pas la bonne expression. Il s'agit plutôt de développer deux identités de marque (donc logo et plateforme de marque) pour le Réseau des Centres et les Projets PMIA-Associés, et de les décliner en outils de communication (gabarit pour les rapports, gabarit de présentation Powerpoint...). Nous avons modifié ce point pour plus de clarté.

- 8. Au point 4.4 Honoraires, il est demandé d'estimer le budget requis pour les travaux principaux. Sachant que les projets qui feront l'objet d'une campagne créative n'ont pas encore été sélectionnés, et donc que plusieurs éléments d'informations sont inconnus (marchés, durée, cibles spécifiques, etc), doit-on comprendre qu'il est seulement demandé d'estimer les travaux pour le développement des identités de marque pour le Réseau des Centres et les projets PMIA Associés à ce stade-ci?**

Non, idéalement il conviendrait d'inclure dans le budget une enveloppe dédiée à une campagne créative. En revanche, au vu de notre budget limité, nous serions plutôt sur une seule campagne créative.

Pour vous aider à faire votre estimation, voici plus de détails sur nos cibles et objectifs de communication attendus :

- Cible : pour la plupart de nos projets, la cible principale se compose de décideurs politiques et représentants de gouvernements non seulement d'ici (Québec / Canada),

mais aussi d'autres pays, qui œuvrent à l'élaboration de politiques pour encadrer l'intelligence artificielle et orienter son adoption dans nos sociétés.

- Exemple d'objectifs de communication :
  - les sensibiliser aux enjeux éthiques, aux risques, et aux impacts sur les populations / sur nos sociétés, associés à un développement et à l'adoption d'une IA en l'absence de régulations. Par exemple, pour notre projet "[Vers une réelle diversité et une égalité des genres en intelligence artificielle](#)", nous peinons à générer un intérêt et de l'engagement chez les décideurs politiques sur ce sujet, qui est pourtant essentiel pour s'assurer que certaines populations ne sont pas impactées négativement par le déploiement de cette technologie.
  - Appeler les gouvernements membres à passer à l'action en adoptant nos recommandations.
- Exemple de campagne précédente : la campagne "People Need Data Justice", lancée à la fin de l'année 2023, qui comprenait un [dépliant explicatif](#) distribué auprès des représentants de gouvernements membres présents au Sommet annuel, couplée à une [campagne digitale sur les médias sociaux](#).

Concernant la durée de la campagne, celle-ci n'a pas été déterminée.

**9. Pouvez-vous confirmer quels seraient les marchés visés par les campagnes créatives?**

Marchés québécois, canadien ainsi que les [44 pays membres du PMIA \(GPAI\)](#). Voir la réponse à la question précédente pour la cible principale applicable à la plupart de nos projets.

**10. Est-ce que le développement et la réalisation des campagnes créatives bénéficieront d'une enveloppe budgétaire distincte ou seront-ils également couverts par l'enveloppe pouvant aller jusqu'à 125K?**

Non, il n'y aura pas d'enveloppe budgétaire séparée pour la campagne créative.

**11. Selon l'échéancier des premiers livrables attendus, il est indiqué que la mi-mai est la date souhaitée pour la livraison des identités de marque. Considérant que l'échéancier de l'appel d'offres a été modifié, êtes-vous en mesure de nous indiquer la nouvelle date de livraison souhaitée pour ces éléments?**

Effectivement, la date de livraison demandée pour les identités de marque a été ajustée à fin juin.

**12. Comme le bilinguisme compte pour 15 points et que nous sommes situés à Montréal, afin de faire valoir nos habiletés en anglais, nous permettriez-vous de faire la proposition en anglais dans sa totalité?**

Bien sûr !

**13. Dans l'objectif B2G, on parle d'influencer les décideurs à l'échelle provinciale, nationale et internationale. Afin de bien choisir les cas que nous souhaitons mettre en lumière, pouvez-vous pondérer l'importance de vos besoins internationaux vs nationaux?**

Nous évaluons cette proportion à 50 % pour les décideurs à l'échelle nationale et 50 % pour ceux à l'échelle mondiale.