

DEMANDE DE PROPOSITIONS

Agence de création et de marketing

Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse

Date limite de soumission : Le 19 décembre 2025

L'Association canadienne des entraîneurs (ACE) lance une demande de propositions (DP) pour obtenir les services d'une agence de création et de marketing pour l'élaboration de concepts, la conception créative et le déploiement d'une campagne de marketing pour le projet Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse, dans la même lignée que la [série Intervenir au-delà du sport](#). L'ACE est à la recherche d'une agence visionnaire qui déborde de créativité et d'originalité et qui a une volonté de collaborer et de s'engager auprès des entraîneurs jeunesse et des intervenants sportifs.

1. Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse : Mise à jour et adaptation de la série Intervenir au-delà du sport

1.1 À propos du projet Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse

Dans le cadre de son programme Prévention de la violence fondée sur le genre : La perspective du milieu de la santé, qui soutient la Stratégie du Canada pour prévenir et contrer la violence fondée sur le genre, l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) accorde un financement à l'ACE afin d'améliorer la capacité des entraîneurs et autres intervenants sportifs à prévenir et à contrer la violence fondée sur le genre (VFG) dans le sport.

Il est bien établi que les entraîneurs ont une grande influence sur la vie des jeunes; ils sont bien placés pour intervenir et pour contrer certains éléments de la culture sportive pouvant renforcer les comportements qui mènent à des relations malsaines. Des programmes de mentorat par les pairs ont été mis en œuvre dans divers contextes, notamment dans des écoles, des églises et des hôpitaux, et ont montré leurs avantages. En ce qui concerne la prévention des agressions sexuelles et de la violence dans les relations amoureuses chez les jeunes, la prestation par les pairs a été considérée comme une approche de pointe (Weisz et Black, 2020). Les jeunes sont considérés comme étant plus en phase avec la culture jeunesse et peuvent donc mieux établir des relations avec les membres de leur propre communauté. De plus, faire participer les jeunes à la prévention de la violence peut les responsabiliser et leur permettre de développer leur leadership.

L'ACE, en partenariat avec l'Université de Toronto et l'équipe de développement du programme Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse, concevra une ressource éducative adaptée aux entraîneurs jeunesse de 14 à 28 ans pour compléter la série Intervenir au-delà du sport actuelle. Le projet vise à élaborer, mettre en œuvre et évaluer une ressource éducative dirigée par des pairs, offerte en sept langues, pour aider les entraîneurs à reconnaître, prévenir et contrer la VFG et la violence dans les relations amoureuses chez les adolescents, ainsi qu'à favoriser des relations saines dans et par le sport.

Les ressources éducatives dirigées par des pairs viendront compléter la série Intervenir au-delà du sport existante, composée de quatre modules de formation en ligne et de ressources de sensibilisation, qui seront également révisés et traduits en cinq nouvelles langues. Ces ressources et outils seront mis à la disposition des organismes nationaux de sport et de services multisports pour les aider à contrer la violence, le harcèlement et la discrimination dans le sport.

Le projet demande une collaboration avec l'équipe du projet, composée de l'ACE, des responsables de l'élaboration de contenu de l'Université de Toronto et des agences externes qui soutiennent le projet.

Pour obtenir plus de renseignements sur le projet Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse, consultez l'annexe A : Énoncé de projet.

1.2 Portée du projet

L'objectif du volet marketing et communications du projet est de faire connaître la série Intervenir au-delà du sport et d'en améliorer l'accessibilité. Il vise aussi un transfert des connaissances par le déploiement d'une vaste campagne informative sur la série et les outils révisés visant des publics nouveaux et diversifiés des quatre coins du Canada.

Ce projet s'adresse principalement aux **entraîneurs jeunesse de 14 à 28 ans** issus de populations clés, notamment la communauté 2SLGBTQIA+, les communautés noire et racisées et les jeunes ayant un handicap. Grâce à l'élaboration et à la diffusion de ressources de sensibilisation en ligne et hors ligne, le projet interpelle également des publics secondaires, dont les athlètes et participants au sport, les parents et tuteurs, les organismes nationaux de sport, les organismes provinciaux/territoriaux de sport, les officiels, les professionnels de la santé et le grand public.

L'agence retenue devra collaborer avec l'équipe de projet, qui comprend les personnes suivantes :

- Gestionnaire de projet et gestionnaire du marketing et des communications de l'ACE;
- Responsables de l'élaboration de contenu (Université de Toronto);
- Équipe de développement du programme Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse (13 entraîneurs jeunesse, 3 spécialistes du domaine, 4 intervenants sportifs);
- Agences engagées par l'ACE pour la traduction, la gestion du site Web, le marketing numérique, la conception pédagogique et la création de formations en ligne, et entreprise de production pour les ressources et documents promotionnels.

Pour soutenir cette campagne, l'ACE sollicite l'expertise d'une agence pour la création d'une stratégie de marketing et d'une approche créative adaptée, avec les entraîneurs jeunesse comme public cible, qui s'harmonise avec l'esprit, le style graphique et la marque de la série existante. Le mandat comprend la création de contenu marketing, de documents de communications, de ressources de sensibilisation, de marketing événementiel, de textes pour le site Web et de toutes autres ressources complémentaires. L'agence devra aussi soutenir la gestion de la campagne et la production de rapports connexes. L'agence devra interagir directement avec les entraîneurs jeunesse pour la réalisation des livrables.

1.3 Livrables

Les livrables du projet à envisager dans votre proposition sont décrits ci-dessous. Les agences doivent décrire les façons dont ces éléments seront intégrés, hiérarchisés et réalisés dans le cadre de leur approche globale. Elles sont aussi encouragées à proposer d'autres livrables et options selon leur expérience et leur expertise.

Stratégie de marketing et plan de communications

- Créer une stratégie détaillée qui présente les tactiques et canaux de communication recommandés pour maximiser la portée de la campagne et la mobilisation.
- Mettre au point des IRC mesurables qui correspondent aux objectifs du projet.
- Concevoir un plan de déploiement en phases qui exploite les canaux détenus par l'ACE et les réseaux externes pour rejoindre efficacement les publics cibles.

Élaboration des textes et du concept créatif

- Créer un concept créatif adapté fondé sur la marque de la série Intervenir au-delà du sport existante qui pourra être intégré à diverses plateformes, par exemple :
 - des images numériques (y compris des formats pour les réseaux sociaux, des bannières de site Web et des affiches publicitaires);
 - la page Web actuelle du site coach.ca;
 - une série d'infolettres et d'articles de blogue;
 - du matériel imprimé, comme des cartes postales, des images, des feuillets, des affiches, des bannières rétractables, des autocollants, etc.;
 - une trousse de marketing pour diffuser les ressources et modèles aux autres intervenants.
- Créer les éléments, les textes et le matériel promotionnel créatifs nécessaires à la mise en œuvre de la stratégie, par exemple des images pour les médias sociaux, des ressources d'information et de sensibilisation et des ressources que les partenaires de l'ACE pourront transmettre aux parents, athlètes et autres participants au sport.
- 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.
- Créer 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.).

Vidéos promotionnelles

- Interagir avec les entraîneurs pour concevoir des vidéos promotionnelles et informatives qui seront utilisées dans le cadre d'une importante campagne de marketing, notamment sur Facebook, Instagram, YouTube et TikTok. Par exemple, réaliser des vidéos sur place avec des entraîneurs jeunesse ambassadeurs, créer des vidéos de courte ou longue durée selon la stratégie marketing ou créer des vidéos dans plusieurs langues.

Campagne dans les médias payants

- Concevoir une stratégie de marketing uniforme dans les médias payants qui complète le plan marketing général et correspond aux objectifs du projet, y compris des activations dans les médias imprimés et numériques.

- Mettre en œuvre les éléments numériques de la campagne (Google Display, Facebook, Instagram, etc.) en collaboration avec l'agence de marketing numérique de l'ACE;
- Assurer la disponibilité des éléments de la campagne dans plusieurs langues pour atteindre divers publics cibles;
- Formuler des recommandations de canaux de médias payants pour atteindre efficacement le public cible, par exemple : infolettres, publications en ligne, balados, médias traditionnels;
- Harmoniser les éléments avec les campagnes existantes, y compris celle des 16 jours de militantisme contre la violence fondée sur le genre des Nations Unies.

Marketing événementiel

- Contribuer à l'élaboration d'une stratégie de marketing événementiel qui sera déployée lors de six à huit événements partout au Canada pour faire la promotion du projet.
- Les éléments de la stratégie peuvent comprendre le ciblage d'événements, l'approche d'entraîneurs jeunesse pour jouer le rôle d'ambassadeurs, la conception de kiosques, des activités qui sollicitent la participation du public et le ciblage de matériel promotionnel.

Suivi et évaluation

- Superviser la mise en œuvre des stratégies de marketing et de marketing événementiel et le plan de communications pour veiller à ce qu'ils concordent avec la stratégie et le calendrier approuvés.
- Recueillir et analyser des données sur la participation du public et sur le rendement et la portée de la campagne à tous les événements et sur tous les canaux de marketing et communications.
- Évaluer l'efficacité des activités de communication et relever les points à améliorer.
- Préparer les rapports à soumettre à l'ACE, notamment :
 - des rapports réguliers de suivi après les étapes importantes du projet;
 - des rapports sommaires sur les événements après chaque activation en événementiel;
 - des rapports annuels à remettre à l'ACE au plus tard le 31 mars de chaque année;
 - un rapport sommaire final sur les indicateurs de rendement clés (IRC), les résultats et les leçons tirées, à remettre au plus tard le 31 janvier 2029.

1.4 Échéancier du projet

Voici les grandes dates du projet de 2025 à 2029. De légers ajustements pourraient être apportés au besoin.

Activité	Calendrier
Date limite de soumission des propositions	19 décembre 2025
Sélection de l'agence de création et de marketing	9 janvier 2026
Concept créatif et stratégie de marketing L'agence de création et de marketing fournira à l'ACE une proposition de concept créatif et de stratégie marketing, après consultation et rétroaction de l'équipe de développement.	30 avril 2026
Élaboration des éléments de marketing et du plan de déploiement L'agence de création et de marketing fournira à l'ACE des éléments de marketing et un plan de déploiement, après consultation et rétroaction de l'équipe de développement.	avril 2026 à mars 2027
Déploiement de la série Intervenir au-delà du sport La nouvelle ressource dirigée par les pairs et les ressources existantes révisées seront lancées dans le cadre d'une campagne de marketing qui débutera en juin 2027.	juin 2027
Marketing événementiel et mobilisation des connaissances Promotion de la série révisée lors de six à huit événements partout au Canada, avec comme ambassadeurs les entraîneurs jeunesse de l'équipe de développement.	juin 2027 à janvier 2029
Suivi et évaluation L'agence de création et de marketing fournira à l'ACE le rapport sommaire final sur le rendement de la campagne, l'efficacité des activités de marketing et communications et les leçons tirées du plan de déploiement marketing.	juin 2027 à janvier 2029
Corrections et révisions mineures La série Intervenir au-delà du sport fera l'objet d'un suivi après son lancement, et toutes les modifications mineures nécessaires seront apportées au besoin.	juin 2027 à décembre 2028
Remise de tous les fichiers sources, actifs et livrables et du rapport sommaire final	31 janvier 2029

Remarque concernant la traduction : Le contenu sera traduit par un fournisseur tiers de l'ACE. L'Association canadienne des entraîneurs détient les droits d'auteur de tout le matériel associé au projet.

2. Responsabilités de l'agence de création et de marketing

L'agence de création et de marketing retenue aura les responsabilités suivantes :

- Assurer la gestion de projet pour tout ce qui touche à la stratégie créative et de marketing, au plan de déploiement, au suivi et à l'évaluation;
- Veiller à ce que tous les actifs soient conformes à la *Loi sur l'accessibilité pour les personnes handicapées de l'Ontario* (LAPHO : ontario.ca/lois/loi/05a11);
- S'assurer que tous les livrables respectent le Guide de la marque de l'ACE et le Guide de rédaction du contenu du site Canada.ca;
- Remettre tous les fichiers sources et actifs à l'ACE.

3. Lignes directrices de la proposition

La présente DP constitue un processus ouvert et concurrentiel. Les propositions seront acceptées jusqu'au **19 décembre 2025, à 20 h (HE)**. Elles doivent au moins comprendre les éléments suivants :

- Expérience et parcours, y compris les expériences de l'agence en marketing et en conception créative pour de jeunes publics;
- Liste détaillée du coût de tous les aspects du projet;
- Tarif horaire pour tout travail subséquent;
- Portfolio;
- Coordonnées de deux références, sauf si elles ont déjà été soumises à l'ACE.

Le budget pour ce projet se situe entre 80 000 \$ et 100 000 \$. Les propositions doivent exclure les coûts suivants :

- Traduction;
- Achat de matériel de marque;
- Déplacements.

Si les ressources ci-dessus doivent être incluses dans votre proposition, veuillez décrire les ressources requises (p. ex. estimation du budget nécessaire). La proposition doit préciser vos recommandations sur la façon optimale d'utiliser le budget pour atteindre les objectifs du projet.

Tous les frais doivent être détaillés et justifiés. Les modalités du contrat seront négociées avec les soumissionnaires retenus. Elles pourront toutes être révisées par l'ACE et

doivent préciser la portée, le budget, l'échéancier et les autres éléments essentiels du projet.

4. Date limite de soumission des propositions

L'ACE répondra aux questions sur la DP jusqu'au 12 décembre 2025. Par souci d'équité et de transparence, nous communiquerons les questions et réponses à toutes les parties à qui il a été demandé de participer au processus ou dont l'intérêt pour celui-ci est connu. Pour toute question et pour nous signaler votre intérêt, communiquez avec Andrea Johnson à l'adresse ajohnson@coach.ca.

Les soumissions doivent être envoyées à Andrea Johnson à l'adresse ajohnson@coach.ca et reçues avant 20 h (HE) le 19 décembre 2025.

L'évaluation des propositions se déroulera du 22 décembre au 8 janvier, et un suivi pourrait être effectué auprès des soumissionnaires présélectionnés. L'ACE évaluera notamment les éléments suivants :

- Expertise et compétence : habileté démontrée à atteindre les publics cibles, expérience avec de jeunes publics et des sujets délicats;
- Démarche et orientation créatives : originalité et force de l'orientation créative proposée;
- Compréhension du projet et cohérence avec le projet : respect des objectifs du projet et des valeurs de l'ACE;
- Prix : budget proposé clairement ventilé et bien expliqué;
- Capacités de gestion de projet : habileté à gérer efficacement les calendriers et livrables;
- Portfolio et crédibilité : qualité des exemples de projets antérieurs du portfolio et pertinence de l'expérience.

L'agence de création et de marketing retenue sera avisée au plus tard le 9 janvier 2026. Les soumissionnaires non retenus ne recevront pas d'avis officiel.

5. À propos de l'ACE

L'ACE rallie divers intervenants et partenaires autour de sa mission de formation et de certification des entraîneurs. Les programmes de l'ACE visent à développer les compétences et les connaissances des entraîneurs, à promouvoir le respect de normes



Coaching Association of Canada
Association canadienne des entraîneurs

2451, promenade Riverside
Ottawa (Ontario)
K1H 7X7
613 235-5000

éthiques et les attitudes positives, et à accroître la reconnaissance professionnelle et l'influence des entraîneurs.

Consultez l'annexe B pour obtenir plus de renseignements sur l'ACE.

Annexe A : Énoncé de projet

Il est bien établi que les entraîneurs ont une grande influence sur la vie des jeunes; ils sont bien placés pour intervenir et pour contrer certains éléments de la culture sportive pouvant renforcer les comportements qui mènent à des relations malsaines.

L'Association canadienne des entraîneurs a élaboré, mis en œuvre et évalué un programme éducatif pour aider les entraîneurs à reconnaître, prévenir et contrer la violence fondée sur le genre et la violence dans les relations amoureuses chez les adolescents. Le programme est composé de modules de formation en ligne et de ressources de sensibilisation qui portent sur différents enjeux d'importance en lien avec ce sujet et aide à renforcer la capacité des entraîneurs à promouvoir des relations saines dans la pratique du sport.

Intervenir au-delà du sport pour les entraîneurs jeunesse

Faire participer les jeunes à la prévention de la violence peut les responsabiliser et leur permettre de développer leur leadership. Comme le montrent les recherches, les interventions provenant de jeunes pairs sont efficaces. En faisant participer les entraîneurs jeunesse à l'adaptation du programme de formation et en renforçant les capacités des futurs entraîneurs, nous sommes bien placés pour réaliser des progrès significatifs dans la lutte contre la violence fondée sur le genre et la violence dans les relations amoureuses chez les adolescents ainsi que dans la promotion et la modélisation de relations saines dans le sport. Les objectifs du projet sont les suivants.

- 1. Rehausser le contenu :** Mettre en œuvre un projet de recherche-action et travailler avec des entraîneurs jeunesse et des membres d'organismes partenaires experts pour concevoir, diriger et lancer un programme d'intervention par les pairs mené par les jeunes en utilisant des ressources pédagogiques, nouvelles et existantes, afin d'améliorer l'accessibilité et la pertinence pour diverses populations de jeunes et d'accroître le soutien au sein des populations clés et de divers publics.
- 2. Amélioration de l'accessibilité :** Améliorer l'accès et la connaissance du matériel pédagogique pour prévenir et contrer la violence dans les relations amoureuses chez les jeunes et proposer des modèles de relations saines, par l'intermédiaire des entraîneurs jeunesse, pour tous les entraîneurs. Pour y parvenir, des jeunes de divers horizons contribueront à adapter les ressources de sensibilisation et le programme d'éducation et d'intervention existants.

3. **Transfert des connaissances :** Évaluer le programme de recherche-action et consigner les données probantes. Mettre en œuvre une intervention à plus grande échelle par la promotion et le marketing stratégiques du programme éducatif et des outils révisés de la série Intervenir au-delà du sport auprès de nouveaux publics diversifiés partout au pays, et mettre en valeur les entraîneurs jeunesse formés pour augmenter la capacité des programmes éducatifs dans le réseau de l'ACE, auprès des partenaires du projet et dans la communauté sportive élargie.

Pour en savoir plus sur la série Intervenir au-delà du sport, visitez le coach.ca/IntervenirAuDelaDuSport.

Annexe B : À propos de l'ACE

L'Association canadienne des entraîneurs (ACE) forme les entraîneurs, leur octroie des certifications et souligne leurs réalisations à tous les niveaux dans le sport. Par ses formations, ses recherches et ses campagnes de sensibilisation, l'ACE rallie divers intervenants et partenaires autour de sa mission de formation et de certification des entraîneurs.

Vision et mission

L'ACE et ses partenaires veillent à l'application de normes d'éthique nationales dans le domaine de la formation et du développement des entraîneurs. Nous encourageons quiconque à s'exprimer par la pratique de l'activité physique, peu importe l'âge, le genre ou les habiletés.

Notre vision

Inspirer le pays par le sport.

Notre mission

Améliorer, par la qualité du coaching, l'expérience de tous les athlètes et participants sportifs du Canada.

Valeurs de l'ACE

Nous cherchons à comprendre.

Nous allons à la rencontre de notre communauté. Nous sommes à l'écoute.

Nous cultivons l'inclusion.

Nous accueillons la diversité. Nous célébrons les différences. Nous sommes rassembleurs.

Nous sommes curieux.

Nous innovons pour l'avenir du coaching. Nous ne cessons d'apprendre et de grandir.

Nous sommes courageux.

Nous aimons les défis. Nous prenons des risques éclairés. L'adversité nous rend plus forts.



Coaching Association of Canada
Association canadienne des entraîneurs

2451, promenade Riverside
Ottawa (Ontario)
K1H 7X7
613 235-5000

Nous rendons service.

Nous œuvrons avec cœur et gratitude. Nous sommes inspirés par la possibilité de façonner le coaching au Canada.

Pour en savoir plus, visitez le coach.ca/fr.