



RETURN BIDS TO:

RETOURNER LES SOUMISSIONS À:

Bid Receiving - PWGSC / Réception des soumissions -
TPSGC

11 Laurier St. / 11, rue Laurier

Place du Portage, Phase III

Core 0B2 / Noyau 0B2

Gatineau

Québec

K1A 0S5

Bid Fax: (819) 997-9776

SOLICITATION AMENDMENT

MODIFICATION DE L'INVITATION

The referenced document is hereby revised; unless otherwise indicated, all other terms and conditions of the Solicitation remain the same.

Ce document est par la présente révisé; sauf indication contraire, les modalités de l'invitation demeurent les mêmes.

Comments - Commentaires

Vendor/Firm Name and Address

Raison sociale et adresse du
fournisseur/de l'entrepreneur

Issuing Office - Bureau de distribution

Communication Procurement Directorate/Direction de
l'approvisionnement en communication
360 Albert St. / 360, rue Albert
12th Floor / 12ième étage
Ottawa
Ontario
K1A 0S5

Title - Sujet SC/ASPC Campagnes publicitaires	
Solicitation No. - N° de l'invitation HT399-193822/A	Amendment No. - N° modif. 002
Client Reference No. - N° de référence du client HT399-19-3822	Date 2020-02-26
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CZ-008-78477	
File No. - N° de dossier cz008.HT399-193822	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2020-03-05	Time Zone Fuseau horaire Eastern Daylight Saving Time EDT
F.O.B. - F.A.B.	
Plant-Usine: <input type="checkbox"/> Destination: <input type="checkbox"/> Other-Autre: <input type="checkbox"/>	
Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à: Constant, Rachelle	Buyer Id - Id de l'acheteur cz008
Telephone No. - N° de téléphone (613) 290-4035 ()	FAX No. - N° de FAX () -
Destination - of Goods, Services, and Construction: Destination - des biens, services et construction:	

Instructions: See Herein

Instructions: Voir aux présentes

Delivery Required - Livraison exigée	Delivery Offered - Livraison proposée
Vendor/Firm Name and Address Raison sociale et adresse du fournisseur/de l'entrepreneur	
Telephone No. - N° de téléphone Facsimile No. - N° de télécopieur	
Name and title of person authorized to sign on behalf of Vendor/Firm (type or print) Nom et titre de la personne autorisée à signer au nom du fournisseur/ de l'entrepreneur (taper ou écrire en caractères d'imprimerie)	
Signature	Date

Cette modification vise à informer tous les soumissionnaires potentiels des questions et réponses relatives à la présente demande de propositions (DP) dans la partie 001, de même qu'à réviser la DP dans la partie 002.

PARTIE 001 – QUESTIONS ET RÉPONSES

- Q3 Quel est votre budget annuel approximatif pour un projet de cette ampleur (y compris les dépenses médias totales et les coûts de production)?
- R3 D'année en année, la Division du marketing, des partenariats et des services de création (DMPSC) gère un certain nombre de campagnes de marketing de petite à grande envergure. Les sujets et les domaines d'intérêt varient en fonction des priorités des ministères et du gouvernement du Canada (GC). Bien que le nombre de campagnes et leurs budgets respectifs mis en œuvre annuellement puissent varier et qu'il n'existe pas de prévision précise des priorités futures, on s'attend, d'après les années passées, à ce que Santé Canada (SC) mette en œuvre de 5 à 8 campagnes par année, alors que l'Agence de la santé publique du Canada (ASPC) en mettrait en œuvre de 4 à 6 par année.

Au cours des trois dernières années, les dépenses publicitaires (y compris la production, la planification média et l'achat ou placement média – ce dernier relevant de la responsabilité de l'agence de coordination) ont été les suivantes :

Exercice	Dépenses publicitaires de SC	Dépenses publicitaires de l'ASPC
2018-2019	1 695 408 \$	2 161 385 \$
2017-2018	857 694 \$	861 924 \$
2016-2017	1 465 523 \$	530 625 \$

Veuillez noter que les agences de création liées par contrat devront répondre aux exigences en matière de publicité et de non-publicité (préparation de matériel de campagne).

Les données historiques fournies dans le cadre de la présente DP et des contrats qui en découlent ont été fournies pour aider les soumissionnaires à comprendre les exigences du Canada. L'inclusion de ces données ne signifie pas que le Canada garantit que l'utilisation ou l'achat futur de biens, de services ou de fournitures qu'il fera concordera avec ces données. L'estimation est fournie à titre purement informatif. Bien qu'elle représente la meilleure information actuellement disponible, elle ne garantit pas que les données sont complètes ou exemptes d'erreurs.

- Q4 Quelle est votre agence de coordination?
- R4 Cossette Communications Inc. Vous pouvez voir la référence dans l'énoncé des travaux de la DP – Section 8.1 Publicité du gouvernement du Canada.
- Q5 Dans le tableau B (critères d'évaluation technique cotés), vous indiquez qu'il y a un maximum de 18 pages pour répondre à tous les critères (de R1 à R6). Vous indiquez également que les pages supplémentaires ne seront pas prises en considération. Aucun des critères évalués ne comprend de questions sur le personnel, les budgets des projets ou les références des clients. En supposant qu'ils soient essentiels à votre évaluation, où pouvons-nous les mettre pour qu'ils puissent être pris en considération? De même, où pouvons-nous mettre les renseignements détaillés concernant notre entreprise et le professionnel proposé pour votre campagne?

- R5 Seuls les renseignements demandés dans les critères d'évaluation seront évalués.
- Q6 Pouvez-vous confirmer que la date de clôture de la demande de soumissions a été repoussée et qu'elle est désormais le 5 mars à 14 h, heure avancée de l'Est (HAE)?
- R6 Nous confirmons que cette information est correcte.
- Q7 La section 1.2 fait référence au fait que Santé Canada recherche deux agences de marketing et de création publicitaire. Le mandat pour les deux contrats pourrait-il être attribué à une agence, ou recherchez-vous deux agences distinctes?
- R7 Nous recherchons deux agences distinctes pour l'attribution de deux contrats séparés.
- Q8 Section 1.2 – Si le marché est attribué à deux agences, celles-ci pourront-elles choisir le contrat auquel elles souhaitent se qualifier?
- R8 Consulter la partie 002 de cette modification pour les changements apportés à la DP.
- Q9 Annexe « F », tableau A, section « O.1 ». « Expérience » – en ce qui concerne les critères d'évaluation, chacune des deux mises en situation doit-elle répondre à tous les critères, ou pouvons-nous combiner les cas pour répondre aux critères?
- R9 Le soumissionnaire DOIT présenter deux campagnes de publicité ou de marketing, produites et réalisées au cours des trois dernières années avant la date de clôture de la demande de soumissions, et qui se combinent pour répondre aux éléments énumérés à la section O.1. Expérience.

Toutefois, chacune des deux campagnes de publicité ou de marketing, produites et réalisées au cours des trois dernières années avant la date de clôture de la demande de soumissions doit comprendre des descriptions écrites distinctes qui seront évaluées en fonction des critères C1, C2, C3, C4 et C5.

- Q10 La stratégie de partenariat que vous recherchez pour le critère C6 (p. 62 de la DP) doit-elle être tirée de l'une des deux mises en situation que nous incluons dans notre soumission, ou peut-elle provenir d'un travail séparé?
- R10 Elle peut provenir d'un travail séparé.
- Q11 Section 2.2 Présentation des soumissions – Lorsque nous utilisons Connexion postel, où devons-nous envoyer notre soumission, car il ne semble pas y avoir d'option TPSGC, Santé Canada ou ministère de la Santé dans le menu déroulant de Connexion postel aux fins d'envoi? Est-ce possible de m'envoyer le lien?
- R11 Voici l'adresse électronique des soumissionnaires qui choisissent d'utiliser Connexion postel pour la clôture de la demande de soumissions à l'Unité de réception des soumissions dans la région de la capitale nationale (RCN) : tpsgc.dgareceptiondessoumissions-abbidreceiving.pwgsc@tpsgc-pwgsc.gc.ca

Remarque : Les soumissions ne seront pas acceptées si elles sont envoyées directement à cette adresse électronique. Cette adresse électronique doit servir à amorcer une discussion sur Connexion postel, comme il est indiqué dans les Instructions uniformisées [2003](#), ou à envoyer des soumissions au moyen d'un message Connexion postel si le soumissionnaire utilise sa propre licence d'utilisateur du service Connexion postel.

Les Instructions uniformisées [2003](#) comprennent des renseignements supplémentaires concernant la soumission au moyen du service Connexion postal. L'amorçage des discussions sur Connexion postal ne peut être coordonné qu'avec l'Unité de réception des soumissions. L'autorité contractante n'ouvrira aucune discussion et ne fournira aucun lien aux soumissionnaires.

Q12 Sous O2. Capacité à communiquer tant en anglais qu'en français, il y a la clause suivante :

"Le soumissionnaire doit avoir la capacité de fournir tous les services décrits dans l'énoncé des travaux (EDT), en anglais et en français, selon les besoins".

Cela signifie-t-il qu'il faut disqualifier tout organisme qui ne dispose pas de personnel parlant couramment le français à l'intérieur de ses locaux ? En d'autres termes, lorsque vous faites appel à des services, avez-vous besoin de contacts bilingues ?

A12 Le critère obligatoire est que le soumissionnaire soit en mesure de fournir tous les services décrits dans l'énoncé de travail dans les deux langues officielles, selon les besoins. Le soumissionnaire doit donc pouvoir produire du contenu de campagne en anglais et en français, et le personnel de l'agence doit également être en mesure de communiquer dans les deux langues, selon les besoins. Tout le personnel de l'agence n'a pas besoin d'être bilingue, mais il doit y avoir du personnel disponible et capable pour fournir les services en français et en anglais, selon les besoins.

Q13 Pour chaque campagne, nous devons répondre aux critères cotées C1 - C6. Nous nous demandons si nous devons organiser la soumission de manière à ce que toutes les réponses pour une campagne restent ensemble, ou si nous devons répondre à chaque critère séparément.

Par exemple:

Campagne 1

C1
C2
C3
C4
C5
C6

Campagne 2

C1
C2
C3
C4
C5
C6

OU

C1
Campagne 1
Campagne 2

C2
Campagne 1

Campagne 2
Etc.

- A13 Bien que cela ne soit pas obligatoire, il serait préférable de fournir des réponses par critère coté, car nous noterons par critère.
- Q14 Dans de nombreuses DP du gouvernement, nous sommes obligés d'utiliser une police, une taille de police et des marges de page spécifiques. Je ne vois pas cela indiqué nulle part. Veuillez confirmer qu'il n'y a pas de restrictions.
- A14 Consulter la partie 002 de cette modification pour voir les changements apportés à la DP.

PARTIE 002- LES REVISIONS SUIVANTES FONT PARTIE DE LA DP

1) À la partie 4, 4.2 Méthode de sélection:

SUPPRIMER :

Les **deux (2)** soumissions recevables qui obtiendront la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du contrat. Santé Canada décidera, à sa discrétion, laquelle des deux (2) soumissions recevables sera recommandée pour chacun des deux (2) contrats subséquents (annexe A1 pour Santé Canada et annexe A2 pour l'Agence de la santé publique du Canada).

ET REMPLACER AVEC CE QUI SUIT:

Les **deux (2)** soumissions recevables qui obtiendront la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix seront recommandées pour l'attribution du contrat. La soumission recevable ayant la note combinée la plus élevée pour le mérite technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du contrat selon l'annexe A1 - Énoncé des travaux - Santé Canada. La soumission recevable ayant la deuxième meilleure note combinée pour la valeur technique et le prix sera recommandée pour l'attribution du contrat selon l'annexe A2 - Énoncé des travaux - Agence de la santé publique du Canada.

2) À l'annexe F, au tableau B – CRITÈRES D'ÉVALUATION TECHNIQUE COTÉS, sous Exigences de présentation:

SUPPRIMER :

Le nombre maximal de pages pour la réponse à l'ensemble des critères d'évaluation technique cotés (C1, C2, C3, C4, C5 et C6) est de dix-huit (18). Les pages supplémentaires ne seront pas prises en compte.

ET REMPLACER AVEC CE QUI SUIT:

Les soumissionnaires sont priés d'organiser leur réponse en fonction des spécifications fournies dans le présent document, le cas échéant, afin de faciliter le processus d'évaluation. Les soumissionnaires devraient prendre note que:

- le nombre maximal de pages pour la réponse à l'ensemble des critères d'évaluation technique cotés (C1, C2, C3, C4, C5 et C6) est de dix-huit (18). Les pages supplémentaires ne seront pas prises en compte.

Solicitation No. - N° de l'invitation
HT399-193822/A
Client Ref. No. - N° de réf. du client
HT399-19-3822

Amd. No. - N° de la modif.
002
File No. - N° du dossier
cz008.HT399-193822

Buyer ID - Id de l'acheteur
cz008
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

-
- une page est définie comme une feuille de papier de 8,5 po X 11 po imprimée avec un interligne simple dans la police de caractères Times New Roman d'une taille d'au moins 11 points, et qui comporte une marge d'au moins un (1) pouce sur tous les côtés;
 - le contenu des liens ou adresses URL fournis ou soumis dans les réponses du soumissionnaire ne sera pas évalué;
 - chaque exigence cotée doit être traitée à part entière dans la soumission. Les documents externes, par exemple du contenu figurant sur le site Web du soumissionnaire, ne seront pas évalués;
 - le Canada n'exige ni ne recommande aux soumissionnaires d'entreprendre des travaux spéculatifs non rémunérés (p. ex. élaboration de stratégies, recherche, etc.) pour répondre à ces critères et rappelle à ces derniers les dispositions concernant les coûts de soumission qui figurent dans les instructions uniformisées 2003-15. Une combinaison des connaissances existantes des soumissionnaires et de l'information fournie dans la présente demande de propositions (DP) devrait être utilisée pour formuler les réponses;
 - toute information supplémentaire fournie par les soumissionnaires ne sera pas évaluée.

LES AUTRES CONDITIONS DE LA DEMANDE DE PROPOSITIONS RESTENT TOUTES INCHANGÉES.