

**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 0A1 / Noyau 0A1**  
**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

<b>Title - Sujet</b> CRA Advertising Campaign	
<b>Solicitation No. - N° de l'invitation</b> 46558-137224/A	<b>Amendment No. - N° modif.</b> 003
<b>Client Reference No. - N° de référence du client</b> 2012-000086	<b>Date</b> 2012-06-08
<b>GETS Reference No. - N° de référence de SEAG</b> PW-\$\$CZ-002-60563	
<b>File No. - N° de dossier</b> cz002.46558-137224	<b>CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME</b>
<b>Solicitation Closes - L'invitation prend fin</b> <b>at - à 02:00 PM</b> <b>on - le 2012-06-28</b>	<b>Time Zone</b> <b>Fuseau horaire</b> Eastern Daylight Saving Time EDT
<b>F.O.B. - F.A.B.</b> <b>Plant-Usine:</b> <input type="checkbox"/> <b>Destination:</b> <input type="checkbox"/> <b>Other-Autre:</b> <input type="checkbox"/>	
<b>Address Enquiries to: - Adresser toutes questions à:</b> Ivany, Chris	<b>Buyer Id - Id de l'acheteur</b> cz002
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> (613) 993-0048 ( )	<b>FAX No. - N° de FAX</b> (613) 949-1281
<b>Destination - of Goods, Services, and Construction:</b> <b>Destination - des biens, services et construction:</b>	

**Instructions: See Herein**

**Instructions: Voir aux présentes**

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

---

**Cette modification a pour but d'aviser les soumissionnaires des réponses aux questions posées à la présente Demande de propositions.**

**Pour Questions 1 et 2 :**

L'exigence technique C.1.2.1, « Expérience », nécessite une étude de cas qui comprend une composante de partenariat. Le cas qui, selon nous, démontre le mieux notre expérience en ce qui concerne les besoins de publicité de l'ARC comprend la création, mais pas l'exécution, d'un partenariat (ce dernier a été annulé à mi chemin de notre mandat). Nous avons toutefois exécuté des partenariats dans le cadre d'autres mandats, mais, puisque ces mandats ne satisfont pas les autres exigences, à savoir une composante télévisée plus deux composantes parmi les médias imprimés, la radio, les médias sociaux et numériques ainsi que les médias hors domicile, ces mandats ne peuvent pas être présentés. Voici nos questions.

**Question 1 :**

Si le cas que nous présentons explique la stratégie et la création d'un partenariat, mais ne comprend pas l'exécution de ce partenariat, notre soumission sera-t-elle considérée comme ne respectant pas les exigences?

**Réponse 1 :**

Dans votre exemple de campagne publicitaire, vous pouvez présenter une étude de cas qui comprend une composante de partenariat qui a été créée, mais non exécutée. Toutefois, puisque les activités relatives au partenariat n'ont pas été exécutées, vous ne serez pas en mesure de montrer en quoi ces activités ont contribué à la réalisation de la campagne. Vous perdrez donc des points lorsque votre présentation sera évaluée dans la section C.1.2.1, Résultats (c.-à-d. La façon dont le plan médias et la justification, le contenu créatif et les activités de partenariat ont contribué à l'atteinte des objectifs de la campagne).

**Question 2 :**

Pouvons-nous inclure, à titre d'addenda à notre cas, notre expérience de partenariats relatifs à d'autres mandats afin de satisfaire l'exigence consistant à démontrer une expérience d'exécution de partenariats?

**Réponse 2 :**

Vous ne pouvez pas inclure d'addenda concernant votre expérience de partenariats relativement à d'autres mandats. Les seules activités relatives au partenariat que vous pouvez inclure doivent faire partie du même exemple de campagne publicitaire que vous présentez en réponse à la présente DDP.

**Question 3 :**

Dans la section C.1.1.1, Expérience de l'entreprise, vous demandez un exemple de campagne nationale réalisée au cours des trois dernières années qui doit comprendre une composante télévisée et de partenariat, et au moins deux des composantes suivantes : les médias imprimés, la radio, les médias sociaux et numériques et les médias hors domicile. C'est clair. Toutefois, le monde des médias numériques et sociaux en particulier évolue à un rythme effréné. Un prix qui était courant il y a trois ans peut sembler être un prix d'entrée aujourd'hui. Par exemple, le gouvernement du Canada n'a qu'assez récemment (il y a une ou deux années) commencé à mettre un plus grand accent sur les médias sociaux et numériques. Afin de prendre la mesure la plus exacte des capacités de l'Agence, surtout dans le monde numérique, la DDP devrait donner une plus grande marge de manœuvre. Bien que le délai de trois ans soit acceptable, nous croyons que si nous pouvions vous présenter deux campagnes, ou des éléments de deux campagnes, nous serions en mesure de vous dresser un portrait plus fidèle de nos capacités d'interaction avec tous les médias et, donc, de faciliter votre évaluation.

Solicitation No. - N° de l'invitation

46558-137224/A

Amd. No. - N° de la modif.

003

Buyer ID - Id de l'acheteur

cz002

Client Ref. No. - N° de réf. du client

2012-000086

File No. - N° du dossier

cz00246558-137224

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

---

Peut-on élargir la DDP afin de pouvoir présenter deux campagnes nationales ou certaines parties de deux campagnes dans la section C.1.1.1?

**Réponse 3 :**

Nous convenons que le panorama des médias sociaux et numériques a changé considérablement et rapidement au cours des trois dernières années. Par conséquent, dans le cas des médias sociaux et numériques, vous pouvez présenter un exemple qui est distinct de l'exemple de campagne publicitaire que vous présentez. Cette exception s'applique seulement à la composante des médias sociaux et numériques. La composante des médias sociaux et numériques que vous présentez doit toujours avoir fait partie d'une campagne publicitaire nationale que vous avez produite et exécutée. Dans ce cas, il n'est pas nécessaire de décrire toute la campagne publicitaire; or veuillez donner une brève description de la campagne ainsi que le contexte de la composante des médias sociaux et numériques que vous présentez. Toutes les autres composantes demandées dans la section C.1.1.1 doivent faire partie de l'exemple de campagne publicitaire que vous présentez.

**TOUS LES AUTRES TERMES ET CONDITIONS DE LA DEMANDE DE PROPOSITION DEMEURENT INCHANGÉS.**

Si votre proposition a déjà été soumise, vous pouvez la modifier en envoyant une modification identifiée avec le numéro de dossier 46558-137224/A à l'attention de l'Unité de réception des soumissions , Travaux publics et services gouvernementaux Canada, Place du Portage, Phase III, Noyau 0A1, 11, rue Laurier, Gatineau (Québec), K1A 1C9.