

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

Title - Sujet Advertising Creative	
Solicitation No. - N° de l'invitation 23582-140223/A	Amendment No. - N° modif. 001
Client Reference No. - N° de référence du client 23582-14-0223	Date 2013-10-10
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CZ-025-63652	
File No. - N° de dossier cz025.23582-140223	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2013-10-30	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: Schou, Christian	Buyer Id - Id de l'acheteur cz025
Telephone No. - N° de téléphone (613) 995-2278 ()	FAX No. - N° de FAX (613) 949-1281
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

MODIFICATION DE LA DEMANDE DE PROPOSITION 001

L'objet de cette modification est de publier des réponses aux questions reçues concernant la demande de proposition (DP), dans la PARTIE 1 et de modifier l'annexe A- Énoncé des travaux, dans la PARTIE 2.

PARTIE 1

LA PRECISION SUIVANTE FAIT PARTIE DE LA DP:

Question 1) Nous avons deux études de cas de campagne internationale différentes menées à différents moments au cours des cinq dernières années qui correspondent à vos exigences, toutefois elles proviennent du même client. Cela vous convient-il?

Réponse 1) Oui.

PARTIE 2

LA MODIFICATION SUIVANTE FAIT PARTIE DE LA DP

A l'annexe A- Énoncé des travaux:

Supprimer "Section 9.0 Processus de développement" dans sa totalité et remplacer avec ce qui suit:

9.0 Processus de développement

Les fonds seront dépensés comme suit :

- exécution de relations publiques et médiatiques proactives et de réponses rapides planifiées utilisant les médias sociaux et d'autres tactiques tendanciennes pour engager les publics cibles;
- le développement d'activités et de points d'accès Internet – le développement d'un site Web qui s'adresse aux cadres supérieurs (c.-à-d. convenable pour les PDG, les APF, les APO, etc.), d'activités et d'outils de médias sociaux sur les plates-formes existantes et les nouvelles plates-formes, ainsi que de matériels accessoires est jugé essentiel;
- obtention de placements d'annonces sur les sites Web destinés aux cadres supérieurs habituels et tendanciels et dans les publications sur support papier, et autres tactiques publicitaires sur des médias extérieurs, tels que les panneaux d'affichage dans les aéroports.

La campagne viserait à optimiser les ressources en négociant une publicité gratuite pour tous les placements achetés. Le géo-ciblage et le balisage Internet seraient utilisés pour profiter au maximum des approches visant directement les publics cibles. L'accent serait placé sur les réseaux médiatiques offrant une plus grande convergence des communications ou de meilleures possibilités multiplateformes, et sur les réseaux qui ont des plateformes établies permettant d'atteindre les utilisateurs de dispositifs mobiles.

L'entrepreneur se conformera et participera aux processus de développement, qui comprennent l'établissement de consensus et l'acquisition de renseignements et de conseils d'expert de diverses sources, y compris de ses propres opérations à l'étranger. Ces sources d'expertise externes aideront à éclairer les décisions concernant notamment les marchés médiatiques, les types de médias permettant d'obtenir un rendement important ou de mieux pénétrer le marché, ainsi que la détermination de possibilités communes d'étendre au maximum la portée.

A l'annexe A- Énoncé des travaux:

Supprimer "Section 10.1 Exigences" dans sa totalité et remplacer avec ce qui suit:

10.1 Exigences

L'entrepreneur doit être en mesure de travailler et de communiquer dans les deux langues officielles aux fins de l'élaboration, de la production et de la mise en œuvre de stratégies et de produits publicitaires de communications, de relations avec le public et les médias et de médias sociaux, ainsi que des plans créatifs et médiatiques, avec le personnel de RNCan, les partenaires, des entrepreneurs du domaine des médias et l'agence attitrée.

Afin d'appuyer les objectifs énoncés grâce à la publicité, RNCan a besoin d'un entrepreneur pour fournir des services stratégiques et de planification, création, production et administration médiatiques ainsi que des services quotidiens de gestion des comptes, tels qu'ils sont décrits plus en détail ci-dessous.

L'investissement total dans le placement dans les médias pour cette campagne se chiffre à environ 16 millions de dollars pour l'exercice 2013-2015 (les valeurs finales des placements dans les médias seront déterminées par plusieurs facteurs).

Le contrat vise deux (2) périodes, à savoir :

- première année - de la date d'adjudication du contrat jusqu'au 31 mars 2014;
- deuxième année - du 1^{er} avril 2014 au 31 mars 2015, sous réserve de l'approbation du financement.

La campagne comporte deux étapes :

- novembre 2013 à mars 2014.

La campagne commencera dans un délai de deux mois suivant cette première rencontre dans un ou plusieurs pays étrangers.

- Avril 2014 à mars 2015 – exécution complète de toutes les composantes de la campagne de publicité.

TOUTES LES AUTRES MODALITÉS DEMEURENT INCHANGÉES.