

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 Recherche sur l'opinion publique	
Solicitation No. - N° de l'invitation EP363-140002/B	Amendment No. - N° modif. 007
Client Reference No. - N° de référence du client EP363-14-0002	Date 2015-02-19
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CY-016-66465	
File No. - N° de dossier cy016.EP363-140002	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2015-02-27	
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 cy016
Telephone No. - N° de téléphone (613) 995-2278 ()	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

MODIFICATION DE LA DEMANDE 007

L'objet de cette modification est de répondre aux questions posées relatives à la Demande d'offres à commandes (DOC).

***Veuillez prendre note que la feuille de calcul MS Excel pour la base de paiement a été révisée (Version 3.0).** Il y a seulement des petits changements administratifs au document excel de la Base de paiement.

Le changement suivante a été apporté à la **Version 3.0**:

- Dans les tableaux B3.3.2.1 et B3.3.3.1, le terme « Prix unitaire fixe » a été changé pour le terme « Prix évalué » pour les besoins de l'évaluation financière.

Aucun changement est nécessaire à l'annexe « B » - Base de paiement dans la documentation DOC.

Ceux qui ont déjà rempli les tableaux utilisant la **Version 2.0** n'ont pas maintenant besoin remplir la **Version 3.0**. Ces petites changements ont été notés et seront pris en considération lors de l'évaluation financière.

Cependant, si vous utilisez le document Excel, veuillez vous assurer que vous utilisez soit la **Version 2.0** ou **Version 3.0** de l' Annexe « B » Base de paiement.

QUESTIONS ET RÉPONSES

Question 50:

En ce qui a trait au scénario décrit à la question 10, le fait de réaliser des entrevues de sélection répond partiellement à la question. Cependant, ce ne sont pas tous les participants sélectionnés qui participeront au sondage plus long au moment de prendre de nouveau contact avec eux. Environ 30 % à 50 % des participants sélectionnés au départ rempliront la version plus longue du sondage pour lequel ils ont été choisis.

Par conséquent, pour obtenir un nombre (n) de 500 en fonction d'un taux d'incidence de 5 % et d'une durée d'entrevue de 10 minutes, il faudrait recruter de deux à trois fois ce nombre (entre 1 000 et 1 500) de répondants pour l'entrevue finale. Pour ce qui est du coût : si le coût initial est de 10 \$ par répondant sélectionné, cela signifie que le coût par entrevue serait entre 20 \$ et 30 \$ selon le taux de réponse. De plus, à mesure que le questionnaire devient plus long pour le sondage de suivi, le taux de participation baissera en raison d'abandons. Ainsi, seulement 30 % des répondants sélectionnés participeraient à un sondage de 20 minutes. Est-ce bien ce que vous recherchez pour cette question? L'incidence sur le prix sera assez importante.

Réponse 50:

Le taux d'incidence ne devrait pas être fondé sur la durée de l'entrevue. Le texte qui accompagne le Tableau B3.1.3 décrit le tableau et souligne que le coût requis est le coût additionnel. Il s'agit du coût lié à l'établissement d'un échantillon, à la réalisation de l'entrevue de sélection afin de recruter la personne qui se qualifie pour le sondage.

Si, par exemple, on vous demandait de réaliser des entrevues avec un sous-ensemble de la population canadienne qui survient une fois tous les 20 ménages, alors, afin d'atteindre un nombre donné d'entrevues, vous auriez besoin de procéder à la sélection des personnes-ressources et de sélectionner 20 fois le nombre de ménages que vous auriez à interroger si vous interrogez les Canadiens adultes.

Solicitation No. - N° de l'invitation

EP363-140002/B

Amd. No. - N° de la modif.

007

Buyer ID - Id de l'acheteur

cy016

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

EP363-14-0002

File No. - N° du dossier

cy016EP363-140002

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

Ainsi, le Tableau B3.1.3 vous donne la possibilité de fournir les coûts applicables aux entrevues de « recrutement » (ou de sélection) qui devraient être déboursés dans le cas où les personnes à interroger sont plus difficiles à rejoindre que la simple catégorie des « Canadiens adultes ». Puisque les coûts sont applicables à la sélection, la durée de l'entrevue auprès d'un participant admissible à l'enquête qui suivrait la sélection n'est pas pertinente. La partie sélection de l'entrevue elle-même pourrait inclure, par exemple, une ou deux questions, ou plus.

Question 51:

Au cours du dernier mois, notre partenaire de longue date à qui notre entreprise confiait en sous-traitance la collecte de données par téléphone a mis fin à ses activités à cet égard. Aux exigences OB.5 et OD.6, il est fait mention du « personnel sur le terrain que l'offrant propose » dans le cadre du présent appel d'offres. Or, la DOC n'indique pas que les projets à décrire à l'égard des exigences OB.5 et OD.6 doivent avoir été menés nécessairement sous la direction de l'offrant. Sauf indication contraire, pouvons-nous citer, à l'égard des exigences OB.5 et OD.6, des projets réalisés par le partenaire à qui notre entreprise propose de confier dorénavant en sous-traitance la collecte des données par téléphone, projets qui n'ont pas été dirigés par notre entreprise? Si la réponse est « oui », toutes autres choses étant égales, obtiendrons-nous moins de points si nous citons de tels projets dans notre soumission plutôt que des projets réalisés sous la direction de notre entreprise, c'est-à-dire l'offrant?

Réponse 51:

À la question « Pouvons-nous citer, à l'égard des exigences OB.5 et OD.6, des projets réalisés par le partenaire à qui notre entreprise propose de confier dorénavant en sous-traitance la collecte des données par téléphone, projets qui n'ont pas été dirigés par notre entreprise? », la réponse est oui.

À la question « Si la réponse est « oui », toutes autres choses étant égales, obtiendrons-nous moins de points si nous citons de tels projets dans notre soumission plutôt que des projets réalisés sous la direction de notre entreprise, c'est-à-dire l'offrant? », la réponse est non.

Question 52:

Dans la section sur l'exemple de projet de la série D (recherche quantitative), il est indiqué que les entrevues téléphoniques sont acceptables (8e puce principale). Or, la description de la recherche laisse entendre plutôt qu'il est question seulement d'une méthode d'enquête téléphonique, plus particulièrement dans les passages suivants :

- Page 170 - 3.C : « [...] y compris le nombre de systèmes d'entrevues téléphoniques assistées par ordinateur utilisés [...] ».
- Page 171 - 7 : « Avantages et défis liés à l'inclusion ou à l'exclusion d'un échantillon de ménages utilisant un téléphone cellulaire seulement ».
- Page 171 - 11 : « Description de la façon de gérer les taux élevés de refus et procédures employées pour traiter les répondants dont la langue maternelle n'est ni le français ni l'anglais ».

Pouvez-vous préciser si des méthodes en particulier sont privilégiées?

Réponse 52:

Nous n'en privilégions aucune. Le soumissionnaire doit toutefois expliquer, dans la justification de sa conception, les raisons pour lesquelles il a choisi la méthode qu'il propose.

Question 53:

Pouvez-vous préciser si l'expérience de projet dont il est question dans les séries C et D doit se limiter aux projets réalisés pour le compte de l'employeur actuel, ou bien s'il peut aussi s'agir de projets réalisés alors à l'emploi d'autres sociétés de recherche, pourvu que les projets aient été menés à bien au cours des sept dernières années?

Réponse 53:

Comme les critères cotés ne comprennent aucune restriction de ce type, les projets cités à l'égard de chaque chercheur principal peuvent avoir été réalisés pour le compte de l'employeur actuel ou d'un employeur antérieur.

Question 54:

Selon la réponse donnée à la question 3 dans la Modification de la demande 002 au sujet du tableau B3.1.3, ce dernier « se rapporte aux coûts additionnels de sélection pour chaque taux d'incidence indiqué », et le « tableau B3.1.2 porte sur la longueur du questionnaire et la taille de l'échantillon ». Puis, dans la réponse à la question 10 dans la Modification de la demande 04, on réitère que ce tableau n'indique aucune longueur d'entrevue, et qu'il renvoie tout simplement au coût additionnel lié à la présélection des répondants sans égard à la longueur du questionnaire. Bien que nous ayons bien saisi la réponse, il faut comprendre que, dans les faits, les coûts d'incidence sont déterminés directement par la longueur du questionnaire. Un taux d'incidence plus faible a des répercussions financières bien plus importantes si le questionnaire est long plutôt que court. Il est ici question d'un effet exponentiel et non pas simplement linéaire. C'est pourquoi cette question ne cesse d'être posée. Pour que les prix proposés à divers taux d'incidence soient justes, la longueur du questionnaire doit être prise en compte.

Réponse 54:

Veuillez vous reporter à la réponse donnée à la question 52.

Question 55:

Nous demandons une fois de plus des précisions sur une réponse donnée dans la Modification de la réponse 002. Selon la réponse donnée à la question 1 concernant le taux d'incidence à supposer pour l'établissement des prix dans le tableau B2.1.2, « on fait référence à la sélection des participants des panels proposés. La nature des panels sera différente, certains incluront la population générale et d'autres cibleront des populations précises de divers groupes/plages d'âges. » Cette réponse laisse entendre que les participants des panels seront présélectionnés selon toutes les variables de ciblage pertinentes et que le taux d'incidence demeurera donc à 100 %. Or, on ne peut pas garantir que ce sera le cas sans connaître le type de présélection que requiert le projet concerné. Si un fournisseur dispose d'une seule grille pour proposer ses prix sans pouvoir y tenir compte des taux d'incidence potentiellement plus faibles, il pourrait se retrouver éventuellement dans une situation très difficile lors de projets futurs. Cela pourrait avoir des répercussions financières considérables, si bien que le fournisseur pourrait se voir obligé de confier à un sous-traitant le travail sur le terrain auprès des groupes difficiles à joindre alors qu'il ne l'avait pas prévu (ce qui est interdit avant que le sous-traitant ait été identifié). Pouvez-vous inclure des dispositions tenant compte des taux d'incidence?

Réponse 55:

Les soumissionnaires doivent supposer au moment d'établir leurs coûts qu'un panel est utilisé et que la sélection des publics cibles dans ce panel selon des variables précises est réalisable.

Question 56:

Selon la réponse à la question 13, les soumissionnaires doivent indiquer tous les sous-traitants possibles pour les divers publics cibles possibles. Or, il est clairement indiqué dans la DOC qu'un fournisseur ne pourra pas recourir à des sous-traitants lors de travaux futurs, à moins que ce soit déjà le cas. Bien que les soumissionnaires puissent identifier des sous-traitants dans l'exemple de projet inclus dans la DOC, ils ne peuvent pas y tenir compte du nombre infini de possibilités pouvant découler du recours à différents panels visant toutes sortes de publics particuliers. Certains panels parviennent mieux que d'autres en outre à cibler les minorités visibles, les personnes handicapées ou souffrant de maladies chroniques, les Autochtones, etc. C'est pourquoi il semble impossible de pouvoir tous les identifier à ce stade-ci. L'entrepreneur aura-t-il la possibilité de recourir à des sous-traitants dans le futur quand les travaux qui lui seront confiés viseront des groupes présentant un faible taux d'incidence ou porteront sur des échantillons de taille importante qui nécessiteront l'apport de sous-traitants? Contrairement aux entrevues téléphoniques, les enquêtes en ligne comportent des limites fixes qu'on ne peut pas dépasser sur un certain nombre de variables.

Réponse 56:

À titre indicatif, les soumissionnaires devraient envisager d'indiquer les sous-traitants auxquels ils ont actuellement recours et continueront vraisemblablement de le faire pendant la période de vigueur de l'offre à commandes. Les remplacements, tout comme tout autre service confié à un sous-traitant, seront évalués au cas par cas.

Question 57:

Exemple de projet de la série D : Les différents publics cibles énumérés dans le tableau 2 comprennent les Canadiens retraités. Or, dans le tableau 1, il est plutôt question des Canadiens (retraités, je présume) vivant pendant une période prolongée à l'extérieur du pays. Quel public voulez-vous cibler au juste? Les Canadiens retraités en général, ou bien les Canadiens retraités qui passent de longues périodes à l'extérieur du Canada?

Réponse 57:

La population qui est ici ciblée est décrite clairement : « le public canadien de 18 ans et plus, y compris les "retraités migrants" qui prévoient passer des vacances aux États-Unis, surtout en Floride, [et] les familles avec enfants qui sont susceptibles de passer des vacances en Floride ». Le tableau 2 vise à illustrer la façon dont les soumissionnaires peuvent présenter les choix qu'ils font dans leur conception. Les soumissionnaires sont libres de modifier le tableau 2, notamment pour y inclure les publics cibles et les régions qu'ils recommandent l'égard de ce projet.

Question 58:

Exemple de projet de la série D : Les populations cibles visées par le projet de recherche qui sont décrites comprennent les Canadiens retraités qui passent des vacances aux États-Unis, surtout en Floride, et les familles avec enfants qui sont susceptibles de passer des vacances en Floride. Or, il n'est nullement fait mention de la Floride dans le tableau 1 ou le tableau 2 en ce qui touche ces deux groupes. Pourquoi la Floride est-elle indiquée relativement à ces populations cibles?

Réponse 58:

Le tableau 1 comprend des renseignements généraux supplémentaires dont le soumissionnaire doit tenir compte au moment de remplir le tableau 2. Dans sa conception, le soumissionnaire peut choisir d'inclure ou d'exclure les touristes canadiens en Floride et doit expliquer les raisons de son choix. Le tableau 2 vise à illustrer la façon dont les soumissionnaires peuvent présenter les publics cibles qu'ils choisissent.

Question 59:

Exemple de projet de la série D : Les publics cibles énumérés dans le tableau 2 comptent les travailleurs du secteur de la santé, de même que les médecins, les infirmières et les autres travailleurs du secteur de la santé (p. ex. paramédicaux). Or, le groupe des travailleurs du secteur de la santé n'englobe-t-il pas ces trois autres groupes cibles (médecins, infirmières et autres travailleurs du secteur de la santé)? Qui d'autres que les travailleurs appartenant déjà à ces trois groupes (médecins, infirmières et autres travailleurs du secteur de la santé) devrions-nous inclure dans le groupe cible des travailleurs du secteur de la santé?

Réponse 59:

L'exemple de projet a été conçu pour mettre à l'épreuve la capacité du soumissionnaire à résoudre les problèmes susceptibles de survenir pendant la durée de l'offre à commandes éventuelle. Dans cet exercice, chaque soumissionnaire doit évaluer les raisons pour lesquelles il devrait inclure ou exclure les différentes populations cibles en tenant compte des objectifs, du budget et des échéanciers du projet.

Question 60:

Exemple de projet de la série D : Pourquoi la marge d'erreur indiquée dans la colonne « Total » du tableau 2, par rapport à chacun des groupes cibles, est-elle « sans objet (s.o.) » ?

Réponse 60:

C'est la marge d'erreur par province qui nous intéresse, et non pas la marge d'erreur globale.

Question 61:

En ce qui concerne l'exemple de projet de la série D (CD.4) :

- a. Il est suggéré dans la DOC que la population canadienne âgée de 18 ans et plus comprend les retraités et les familles avec enfants. Or, dans le tableau 2 à la page 170, il est plutôt suggéré que ces trois populations cibles s'excluent mutuellement. Pouvez-vous confirmer si les répondants individuels peuvent être considérés comme faisant partie de plusieurs groupes?
- b. Les sondages auprès des retraités canadiens visent-ils l'ensemble de ceux-ci, ou bien seulement ceux qui prévoient passer des vacances aux États-Unis et / ou vivre une période prolongée à l'extérieur du Canada?
- c. Les sondages auprès des familles ayant des enfants à la maison visent-ils l'ensemble de celles-ci ou seulement celles susceptibles de passer des vacances en Floride?
- d. Les enfants qui vivent à la maison sont-ils déterminés selon un âge limite (p.ex. moins de 18 ans)?
- e. Le Territoire du Yukon fait-il partie de la base d'échantillonnage? Seuls la Colombie-Britannique, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut sont mentionnés dans le tableau 2 à la page 170.

Réponse 61:

L'exemple de projet a été conçu pour mettre à l'épreuve la capacité du soumissionnaire à résoudre les problèmes susceptibles de survenir pendant la durée de l'offre à commandes éventuelle.

Comme il est indiqué, « [bien] que toutes les populations énumérées soient intéressantes, on pourrait avoir à faire des choix stratégiques dans le cadre du plan de recherche proposé en ce qui concerne a) les populations qui peuvent être couvertes efficacement à même le budget et b) le type de techniques qui sont pratiques compte tenu des populations, de la facilité ou de la difficulté à utiliser ces techniques pour effectuer la recherche et de l'adaptation de techniques données à chaque population. En raison de ces contraintes, les offrants pourraient avoir à faire des choix stratégiques entre les populations, notamment exclure éventuellement une population ou plus, ou inclure un public qui ne figure pas dans le tableau 1. Les offrants doivent justifier leurs choix dans le cadre de leur proposition d'exemple de projet. ».

Dans cet exercice, chaque soumissionnaire doit évaluer les avantages de la conception qu'il propose en se fondant sur les objectifs, le budget et les échéanciers du projet. Par exemple, il peut choisir une conception qui comportent de multiples publics cibles s'excluant mutuellement ou non, il peut inclure le Yukon ou non, et ainsi de suite. Cela dit, comme il a déjà été mentionné, le soumissionnaire devrait justifier les choix de sa conception.

Le tableau 2 vise à illustrer la façon dont les soumissionnaires peuvent présenter les choix de leur conception et les régions où la recherche sera menée.

Solicitation No. - N° de l'invitation

EP363-140002/B

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

EP363-14-0002

Amd. No. - N° de la modif.

007

File No. - N° du dossier

cy016EP363-140002

Buyer ID - Id de l'acheteur

cy016

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

Question 62:

Est-il acceptable de soumettre un projet dans les sections sur l'expérience acquises dans le cadre de projets ou la personne-ressource chez le client n'est plus avec l'organisation, mais que les nouveaux coordonnées de la personne ressources sont fournis?

Réponse 62:

Oui.

Question 63:

Section 3.2, CC.3 Exemple de projet, le délai mentionné est de: 8 semaines pour la recherche.

Quand commence le jour 1 du calendrier de 8 semaines?

Réponse 63:

La date de l'émission de la commande subséquente est le jour 1.

Question 64:

Section 3.2, CC.3 Exemple de projet, le délai mentionné est de: 8 semaines pour la recherche.

Quels sont les livrables nécessaires qui marquent la fin de l'horaire de 8 semaines? Par exemple, est-il l'ébauche du rapport, est-il la présentation, est-il le rapport final (noter qu'il y a souvent un décalage entre le moment où le client reçoit l'ébauche du rapport et fournit une rétroaction au fournisseur de recherche, ce qui n'est pas sous le contrôle de la firme de recherche), etc.?

Réponse 64:

Un délai de huit semaines est fourni pour compléter le travail de l'émission d'une commande subséquente. Tout le travail décrit dans le scénario hypothétique doit être terminée dans le délai de huit semaines.

**TOUTES LES AUTRES MODALITÉS DE LA DEMANDE D'OFFRES A COMMANDES
DEMEURENT INCHANGÉES.**

Si votre offre a déjà été soumise, vous pouvez la modifier en envoyant une modification identifiée avec le numéro de dossier EP363-140002/B à l'attention de l'Unité de réception des soumissions, Travaux publics et services gouvernementaux Canada, Place du Portage, Phase III, Noyau **0B2**, 11, rue Laurier, Gatineau (Québec), K1A 0S5.