

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

Q#	Question/Question	Answer / Réponse
1	<p><i>We are going through the RFP and we have a question on the Mandatory Requirement, M2 on page 9. Can you clarify the point below and what you mean by social initiative?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Influencer marketing (defined as a marketing tactic that promotes a social initiative through people (influencers) who have the ability to reach target audience through their established networks)</i> <p><i>Does this reference a social cause or simply a campaign that was executed across social channels (i.e Facebook, Instagram, Twitter, etc)?</i></p> <p>*****</p> <p><i>Nous examinons la DP et nous avons une question sur l'exigence obligatoire, M2, à la page 9. Pouvez-vous clarifier le point ci-dessous et ce que vous entendez par initiative sociale?</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Le marketing d'influence (défini comme une tactique de marketing qui favorise une initiative sociale par le biais de personnes (influenceurs) qui ont la capacité d'atteindre le public cible par le biais de leurs réseaux établis)</i> <p><i>Est-ce que cela fait référence à une cause sociale ou simplement à une campagne qui a été exécutée à travers les canaux sociaux (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)?</i></p>	<p>"...promotes a social initiative" refers to a social marketing campaign that aims to change or maintain an audience's behaviour for the greater social good.</p> <p>The proposed influencer marketing campaigns are not restricted to campaigns executed on social media channels. They may have been through other digital networks such as blogs, vlogs, podcasts, television, etc.</p> <p>*****</p> <p>"... promeut une initiative sociale" fait référence à une campagne de marketing social visant à modifier ou à maintenir le comportement d'un public pour le bien collectif.</p> <p>Les campagnes de marketing d'influence proposées ne sont pas limitées aux campagnes exécutées sur les canaux de médias sociaux. Ils peuvent avoir été à travers d'autres réseaux numériques tels que les blogs, vlogs, podcasts, télévision, etc.</p>
2	<p><i>Can a subcontractor be used to help meet the Mandatory Requirements of the RFP?</i></p> <p>*****</p> <p><i>Un sous-traitant peut-il être utilisé pour aider à satisfaire aux exigences obligatoires de la DP?</i></p>	<p>Yes, a subcontractor can be used to help meet the Mandatory Requirements listed in the RFP. The subcontractor must be identified in the proposal for Health Canada to evaluate them and to be authorized within the Contract.</p> <p>The Contractor is responsible for performing the Contract with the subcontractor and Health Canada is not responsible to any subcontractor. The Contractor is responsible for any matters or things done or provided by any subcontractor under the Contract and for paying any subcontractors for any part of the Work they perform.</p> <p>*****</p> <p>Oui, un sous-traitant peut être utilisé pour aider à satisfaire aux exigences obligatoires énumérées</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

		<p>dans la DP. Le sous-traitant doit être désigné dans la proposition pour que Santé Canada l'évalue et pour qu'il soit autorisé dans le contrat.</p> <p>L'entrepreneur est responsable de l'exécution du contrat avec le sous-traitant, et Santé Canada n'a aucune responsabilité envers un quelconque sous-traitant. L'entrepreneur est responsable de tout ce qu'un sous-traitant a fait ou fourni en vertu du contrat, et il lui incombe de payer tout sous-traitant pour toute partie des travaux qu'il exécute</p>
3	<p><i>In section M2, it provides requirements for "each proposed campaign". Do all 4 of these requirements apply to BOTH the (3) national experiential campaigns and (2) influencer marketing campaigns? Please clarify which apply to which type of work example. We specifically want to understand if the national reach requirement applies to the influencer marketing campaigns as well.</i></p> <p>*****</p> <p><i>Dans la section M2, il fournit des exigences pour «chaque campagne proposée». Ces quatre exigences s'appliquent-elles aux deux (3) campagnes expérientielles nationales et (2) campagnes de marketing d'influence? Veuillez clarifier qui s'applique à quel type d'exemple de travail. Nous voulons spécifiquement comprendre si l'exigence de portée nationale s'applique également aux campagnes de marketing d'influence.</i></p>	<p>Yes, the national reach requirement (defined as including a minimum of three (3) provinces and/or territories, one of which must be Quebec) applies to both national experiential marketing events campaigns and influencer marketing campaigns.</p> <p>*****</p> <p>Oui, l'exigence de portée nationale (qui selon la définition comprend au moins trois (3) provinces et/ou territoires, dont l'une doit être le Québec) s'applique à la fois aux campagnes d'événements de marketing expérientielles nationales et aux campagnes de marketing d'influence.</p>
4	<p><i>Does national experiential campaign experience outside of Canada apply? For example, does national campaign experience with the FDA in the United States meet the requirement?</i></p> <p>****</p> <p><i>L'expérience des campagnes expérientielles nationales à l'extérieur du Canada s'applique-t-elle? Par exemple, l'expérience de campagne nationale avec l' AAM aux États-Unis répond-elle à l'exigence?</i></p>	<p>Proposed campaigns in M2 must be within Canada and must have a national reach, defined as including a minimum of three (3) provinces and/or territories, one of which must be Quebec.</p> <p>*****</p> <p>Les campagnes proposées dans la section M2 doivent se dérouler au Canada et avoir une portée nationale qui selon la définition comprend au moins trois (3) provinces et/ou territoires, dont l'une doit être le Québec.</p>
5	<p><i>Does the national campaign experience for the 3 main staff resources in section M3 to M7 need to be Canadian experience or can it be from the United States?</i></p> <p>***</p>	<p>For the proposed Account Executive, Lead Event Facilitator and Communications Strategist, experience outside of Canada is acceptable, so long as these resources are presently employed in Canada.</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

	<p><i>Est-ce que l'expérience de la campagne nationale pour les trois principales ressources en personnel de la section M3 à M7 doit être une expérience canadienne ou peut-elle provenir des États-Unis?</i></p>	<p>*****</p> <p>Pour le chargé de compte, le facilitateur principal d'événement et le stratège des communications proposés, l'expérience à l'extérieur du Canada est acceptable, pourvu que ces ressources soient actuellement employées au Canada.</p>
6	<p><i>In section M8, it states: "The Bidder must provide client reference letters for EACH proposed resource stating that the proposed resources are able to provide services in both English and French." Does this mean the 3 main staff resources must be able to speak English and French?</i></p> <p>***</p> <p><i>Dans la section M8, il est écrit: «Le soumissionnaire doit fournir des lettres de recommandation pour chaque ressource proposée indiquant que les ressources proposées peuvent fournir des services en anglais et en français.» Cela signifie-t-il que les trois ressources principales doivent être capables de parler anglais et français?</i></p>	<p>No, the proposed resources do not need to be able to speak both English and French. Rather, the bidder must be able to demonstrate that the resources can provide all services related to the events and influencer programs in both English and French.</p> <p>*****</p> <p>Non, il n'est pas nécessaire que les ressources proposées parlent l'anglais et le français. Le soumissionnaire doit plutôt être en mesure de montrer que les ressources sont capables de fournir tous les services connexes aux événements et aux programmes d'influence en français et en anglais.</p>
7	<p><i>In the statement of work section under tasks it references past research, including peer crowd research and the Break It Off campaign - Can HC provide information about the peer crowd segmentation research, including who conducted it? Does HC have learnings from the Break It Off campaign that it can share?</i></p> <p>***</p> <p><i>Dans la section de l'énoncé des travaux sous les tâches, il fait référence à des recherches antérieures, y compris la recherche des pairs et la campagne Break It Off - Est-ce que SC peut fournir de l'information sur la recherche sur la segmentation par les pairs, y compris les personnes qui l'ont menée? HC a-t-elle des leçons à tirer de la campagne Break It Off qu'elle peut partager?</i></p>	<p>The Peer Crowd Analysis and Segmentation for Vaping And Tobacco study is still in progress. Results will be shared following Contract award.</p> <p>The study is being conducted by Phoenix Strategic Perspectives Inc. They were selected from the Government of Canada's public opinion research standing offer list based on their experience with the subject, the target audience and the type of research required.</p> <p>Focus group research to gather opinions on Break It Off materials took place in 2013; a detailed report can be accessed online: http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/health/2013/041-12/summary.pdf.</p> <p>An evaluation of the 2017-18 Break It Off campaign is currently being developed. Results will be shared following Contract award.</p> <p>*****</p> <p>L'étude d'analyse et segmentation des groupes de pairs en matière de vapotage et de tabagisme est</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

		<p>encore en cours. Les résultats seront communiqués après l’attribution du marché.</p> <p>L’étude est menée par Phoenix Strategic Perspectives Inc. Le cabinet a été sélectionné à partir de la liste des offres à commandes du gouvernement du Canada pour la recherche sur l’opinion publique sur la foi de son expérience du sujet, du public cible et du type de recherche qui est nécessaire.</p> <p>Une recherche a été effectuée au moyen de groupes de discussion pour recueillir des opinions sur les documents de la campagne <i>Je te laisse</i> en 2013; un rapport détaillé peut être consulté en ligne à l’adresse : http://epe.lac-bac.gc.ca/100/200/301/pwgsc-tpsgc/por-ef/health/2013/041-12/sommaire.pdf.</p> <p>Une évaluation de la campagne <i>Je te laisse</i> de 2017-2018 est en cours d’élaboration. Les résultats seront communiqués après l’attribution du marché.</p>
8	<p><i>Can you please confirm if all certifications (pg 15) need to be completed at time of submission, or they are required to be completed upon contract award?</i></p> <p>***</p> <p><i>Pouvez-vous s'il vous plaît confirmer si toutes les certifications (p. 15) doivent être complétées au moment de la soumission, ou si elles doivent être complétées à l'attribution du contrat?</i></p>	<p>Subsection 5.1.1 Integrity Provisions – Declaration of Convicted Offences is required with the bid. The others can also be submitted with the bid or prior to contract award.</p> <p>*****</p> <p>Sous-section 5.1.1 Dispositions relatives à l'intégrité - Déclaration des infractions avec condamnation est requise avec la soumission. Les autres peuvent également être soumis avec la soumission ou avant l'attribution du contrat.</p>
9	<p><i>Annex “B” Basis of Payment (pg 27), is a line by line budget required to accompany the completion of the section?</i></p> <p>***</p> <p><i>L'annexe «B» Base de paiement (p. 27), est-ce qu'un budget ligne par ligne est requis pour accompagner l'achèvement de la section?</i></p>	<p>Bidders are required to provide firm, all-inclusive rates for each task identified in the table. The rates are expected to cover all of the labour costs associated with the completion of each task. Travel and other expenses are to be identified separately.</p> <p>*****</p> <p>Les soumissionnaires sont tenus de fournir des tarifs fermes et complets pour chaque tâche indiquée dans le tableau. Les tarifs sont censés couvrir tous les coûts de main-d’œuvre connexes à l’exécution de chaque tâche. Les frais de déplacement et les autres dépenses doivent être indiqués séparément.</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

10	<p><i>In section M2 (p9)– can we utilize an event campaign as one of our examples that is currently in-market and will have more than 40 venues, but to-date, have not activated at all 40?</i></p> <p>***</p> <p><i>Dans la section M2 (p9) - Pouvons-nous utiliser une campagne événementielle comme l'un de nos exemples actuellement sur le marché et qui aura plus de 40 sites, mais qui, à ce jour, n'ont pas été activés?</i></p>	<p>Yes, it is acceptable to utilize an event campaign that is currently in market.</p> <p>*****</p> <p>Oui, il est acceptable d'utiliser une campagne événementielle qui est actuellement sur le marché.</p>
11	<p><i>In section M2 (p9) do two (2) of the three (3) national experiential marketing events campaigns have to have an influencer marketing campaign included OR are you looking for three (3) national experiential marketing events campaigns PLUS two (2) influencer marketing campaigns (i.e. separate campaigns)?</i></p> <p>***</p> <p><i>Dans la section M2 (p9), deux (2) des trois (3) campagnes d'événements marketing expérientiels nationaux doivent-elles inclure une campagne de marketing d'influence? OU recherchez-vous trois (3) campagnes nationales d'événements marketing expérientiels PLUS deux (2) influenceurs campagnes de marketing (c.-à-d. campagnes distinctes)?</i></p>	<p>Both are acceptable. The Bidder can propose campaigns that included both national experiential marketing events and influencer marketing as tactics to reach the target audience; or, the Bidder can reference separate campaigns for each national experiential events and influencer marketing.</p> <p>*****</p> <p>Les deux sont acceptables. Le soumissionnaire peut proposer des campagnes qui comprennent à la fois des événements marketing expérientiels nationaux et du marketing d'influence comme tactiques pour atteindre le public cible; ou le soumissionnaire peut renvoyer à des campagnes distinctes pour chaque événement expérientiel national et marketing d'influence.</p>
12	<p><i>M2- Criteria 2 (p9) – experiential marketing events – social initiative – can you clarify that this social initiative needs to fall under the definition provided of a social topic in R2 – or is it to mean a face to face social engagement?</i></p> <p>***</p> <p><i>M2- Critères 2 (p9) - événements de marketing expérientiel - initiative sociale - pouvez-vous clarifier que cette initiative sociale doit tomber sous la définition d'un sujet social dans R2 - ou est-ce que cela signifie un engagement social face à face?</i></p>	<p>A social initiative refers to a social marketing campaign that aims to change or maintain an audience's behaviour for the greater social good.</p> <p>*****</p> <p>Initiative sociale s'entend une campagne de marketing social destinée à modifier ou à maintenir le comportement d'un auditoire dans l'intérêt supérieur de la société.</p>
13	<p><i>M2 (p9) - can one of our experiential campaign examples provided be provincially activated instead of nationally (knowing that all other criteria are still met)?</i></p> <p>***</p> <p><i>M2 (p9) - L'un de nos exemples de campagnes expérientielles peut-il être activé au niveau provincial plutôt que national (sachant que tous les autres critères sont toujours respectés)?</i></p>	<p>As outlined in the RFP, each proposed campaign must have included national reach (defined as including a minimum of three (3) provinces and/or territories, one of which must be Quebec).</p> <p>*****</p> <p>Comme l'indique la DP, chaque campagne proposée doit avoir une portée nationale (qui selon la définition comprend au moins trois (3) provinces</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

		et/ou territoires, dont l'une doit être le Québec).
14	<p><i>M2 - Project summaries – Category c, sub-category b (p9) – can you define your understanding of number of events – i.e. if we visit a site and stay for two days, would we count that as 2 events, or if we return to revisit a site is that 2 as well?</i></p> <p>***</p> <p><i>M2 - Résumés de projet - Catégorie c, sous-catégorie b (p9) - pouvez-vous définir votre compréhension du nombre d'événements - c.-à-d. Si nous visitons un site et y restons deux jours, compterions-nous cela comme 2 événements? revoir un site, c'est aussi ça?</i></p>	<p>For purposes of this RFP, an event will be defined as a visit to a site for a continued period of time. For example, if you visited a site for 2 continued days, this will count as 1 event; if you visited a site for 2 days and returned at a later date for 2 more days, this will count as 2 events.</p> <p>*****</p> <p>Aux fins de la présente DP, un événement est défini comme la visite d'un site pendant une période ininterrompue. Par exemple, si vous avez visité un site pendant deux jours consécutifs, cette visite compte comme un seul événement; si vous avez visité un site pendant deux jours et que vous y êtes retourné à une date ultérieure pendant deux jours supplémentaires, ces visites comptent comme deux événements.</p>
15	<p><i>M2 - Project summaries – Category d, sub-category b (p9) – Can you please clarify what you mean by “demographic” of followers? This information is not readily available – would an educated assumption of same be acceptable?</i></p> <p>***</p> <p><i>M2 - Résumés de projet - Catégorie d, sous-catégorie b (p9) - Pouvez-vous préciser ce que vous entendez par «démographique» des adeptes? Cette information n'est pas facilement disponible - une hypothèse éduquée serait-elle acceptable?</i></p>	<p>For purposes of this RFP, the demographic of an influencer’s followers can be summarized based on the research conducted to select the influencer and the audience the campaign intended to reach. For example, if the influencer was selected because they have a strong following of parents, or of young adults interested in a healthy lifestyle.</p> <p>*****</p> <p>Aux fins de la présente DP, la démographie des adeptes d'un influenceur peut être résumée en fonction de la recherche effectuée pour sélectionner l'influenceur et le public que la campagne comptait atteindre. Par exemple, si l'influenceur a été choisi parce qu'il a de nombreux adeptes qui sont des parents ou des jeunes adultes qui sont intéressés à adopter un mode de vie sain.</p>
16	<p><i>M2- Project summaries – f (p9) – if surveys were not a tool used for measurement, can we provide an overview of how our approach to metrics and measurement were used, and the results achieved?</i></p> <p>***</p> <p><i>M2- Résumés de projets - f (p9) - Si les enquêtes n'étaient pas un outil de mesure, pouvons-nous donner un aperçu de la façon dont notre approche de la métrique et de la mesure a été utilisée et des résultats obtenus?</i></p>	<p>Yes, if surveys were not a tool used for measurement, the Bidder can provide details on their approach to metrics, measurements used and results achieved.</p> <p>*****</p> <p>Oui, si les enquêtes n'étaient pas un outil de mesure, le soumissionnaire peut fournir des détails sur son approche de la métrique et de la mesure utilisée et des résultats obtenus.</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

17	<p><i>Needing general clarity on these questions - M3/M5/M7 (pg 10-12) – Is a timeline a suitable way to demonstrate number of years (i.e. 3/2/3) of experience through project examples?</i></p> <p>***</p> <p><i>Nécessité d'une clarté générale sur ces questions - M3 / M5 / M7 (p. 10-12) - Un calendrier est-il un moyen approprié de démontrer le nombre d'années (c.-à-d. 3/2/3) d'expérience au moyen d'exemples de projet?</i></p>	<p>Yes, a timeline is a suitable way to demonstrate the number of years. The Bidder can also simply list the dates.</p> <p>*****</p> <p>Oui, un calendrier est un moyen approprié de démontrer le nombre d'années. Le soumissionnaire peut aussi se contenter d'indiquer les dates.</p>
18	<p><i>For questions M3 and M4, and similarly for M5 and M6, just want to confirm that the examples provided will be the same for each pairing of questions. For example, the projects used to demonstrate the experience requested in M3 will also be the same ones highlighted in M4.</i></p> <p>***</p> <p><i>Pour les questions M3 et M4, et de même pour M5 et M6, je veux juste confirmer que les exemples fournis seront les mêmes pour chaque appariement de questions. Par exemple, les projets utilisés pour démontrer l'expérience demandée dans M3 seront également les mêmes que ceux mis en évidence</i></p>	<p>Yes, it is acceptable to reference the same campaigns for different mandatory requirements.</p> <p>*****</p> <p>Oui, il est acceptable de renvoyer aux mêmes campagnes pour des exigences obligatoires différentes.</p>
19	<p><i>As this program is in support of the Health Risks of Vaping Products Public Awareness Marketing Campaign, could you please confirm if that marketing campaign has already been developed and do you expect that the campaign idea would be reflected in the national experiential marketing events program and influencer marketing program?</i></p> <p>***</p> <p><i>Comme ce programme vient appuyer la Campagne de marketing et de sensibilisation du public à l'égard des risques pour la santé associés aux produits de vapotage, pourriez-vous confirmer que cette campagne de marketing a déjà été créée? Vous attendez-vous à ce que l'idée de campagne soit intégrée au programme d'événements de marketing expérientiel à l'échelle nationale et au programme de marketing d'influence?</i></p>	<p>The development of a flexible look and feel for the campaign is currently in development including messaging, images, colours and fonts. It is expected that the Contractor will use the final approved look and feel and adapt it for the needs of the experiential marketing events program and influencer marketing program. In terms of an overall concept or idea for the experiential events program and for the influencer program, this will be for the Contractor to propose.</p> <p>***</p> <p>L'élaboration de la présentation adaptable de la campagne est en cours, ce qui comprend les messages, les images, les couleurs et les polices. L'entrepreneur devra se servir de la présentation définitive approuvée et la modifier pour répondre aux besoins du programme d'événements de marketing expérientiel et du programme de marketing d'influence. Ce sera l'entrepreneur qui devra proposer un concept global ou une idée générale pour ces deux programmes.</p>
20	<p><i>We have reviewed your current requirements for The Heath Canada risks of vaping and we</i></p>	<p>Proposed campaigns in M2 must be within Canada and must have a national reach, defined as</p>

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

<p><i>have some questions surrounding the mandatory requirements. Our concern is that ...the mandatory requirements do not really reflect the digital space and some of the requirements are not a relevant measure of a successful campaign that digital media typically is used for.</i></p> <p><i>Here are a few of our observations:</i></p> <p><i>In Section 2 it is outlined that you want a minimum of 40 venues. It does not state in your requirements if this is only Canadian venues?</i></p> <p><i>... in M3 you are asking for surveys - are you searching for analytics of reach through the individual channels or are you looking for a survey going out directly to potential end users? Recently we ... created a campaign on location in [another] country? Is this a venue as our talent and facilitator were on site and all Canadians?</i></p> <p><i>Are the mandatory questions non-negotiable?</i></p> <p><i>***</i></p> <p><i>Nous avons passé en revue vos exigences actuelles pour les risques de vapotage de Santé Canada et nous avons quelques questions entourant les exigences obligatoires. Notre préoccupation est que ... les exigences obligatoires ne reflètent pas vraiment l'espace numérique et certaines des exigences ne sont pas une mesure pertinente d'une campagne réussie pour laquelle les médias numériques sont généralement utilisés.</i></p> <p><i>Voici quelques-unes de nos observations :</i></p> <p><i>Dans la section 2, il est indiqué que vous voulez un minimum de 40 sites. Il ne précise pas dans vos exigences s'il s'agit uniquement de sites canadiens?</i></p> <p><i>... dans M3 vous demandez des sondages - cherchez-vous des analyses de portée par les</i></p>	<p>including a minimum of three (3) provinces and/or territories, one of which must be Quebec.</p> <p>If surveys were not a tool used for measurement, the Bidder can provide details on their approach to metrics, measurements used and results achieved.</p> <p>For the proposed Account Executive, Lead Event Facilitator and Communications Strategist, experience outside of Canada is acceptable, so long as these resources are presently employed in Canada.</p> <p>Yes, the mandatory requirements are non-negotiable.</p> <p>*****</p> <p>Les campagnes proposées dans la section M2 doivent se dérouler au Canada et avoir une portée nationale qui selon la définition comprend au moins trois (3) provinces et/ou territoires, dont l'une doit être le Québec.</p> <p>Si les enquêtes n'étaient pas un outil de mesure, le soumissionnaire peut fournir des détails sur son approche de la métrique et de la mesure utilisée et des résultats obtenus.</p> <p>Pour le chargé de compte, le facilitateur principal d'événement et le stratège des communications proposés, l'expérience à l'extérieur du Canada est acceptable, pourvu que ces ressources soient actuellement employées au Canada.</p> <p>Oui, les exigences obligatoires sont non négociables.</p>
--	--

Health Canada RFP/ Santé Canada DDP 1000201807
Vaping Risk Marketing Campaign / Campagne de marketing sur les risques de vapotage

	<p><i>différents canaux ou recherchez-vous un sondage directement auprès des utilisateurs finaux potentiels? Réemment nous avons ... créé une campagne sur place dans [un autre] pays? Est-ce un lieu où notre talent et notre facilitateur étaient sur place et tous les Canadiens?</i></p> <p><i>Les questions obligatoires sont-elles non-négociables ?</i></p>	
21	<p><i>Can a reference letter be provided for a proposed resource (M8) from a current day-to-day client contact working at Health Canada? If not, would a former day-to-day contact working at Health Canada be acceptable?</i></p> <p><i>***</i></p> <p><i>Une lettre de référence peut-elle être fournie pour une ressource proposée (M8) par un client actuel travaillant à Santé Canada? Si non, un ancien contact quotidien travaillant à Santé Canada serait-il acceptable?</i></p>	<p>Yes, a current/former Health Canada employee can provide a reference for a proposed resource.</p> <p><i>***</i></p> <p>Oui, un employé actuel / ancien employé de Santé Canada peut fournir une référence pour une ressource proposée.</p>