



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 Public Safety Canada - Advertising	
Solicitation No. - N° de l'invitation 0D160-200886/A	Amendment No. - N° modif. 001
Client Reference No. - N° de référence du client 0D160-20-0886	Date 2019-07-24
GETS Reference No. - N° de référence de SEAG PW-\$\$CZ-002-77388	
File No. - N° de dossier cz002.0D160-200886	CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME
Solicitation Closes - L'invitation prend fin at - à 02:00 PM on - le 2019-07-31	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: Ivany, Chris	Buyer Id - Id de l'acheteur cz002
Telephone No. - N° de téléphone (613) 993-0048 ()	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

Solicitation No. - N° de l'invitation
0D160-200886/A

Amd. No. - N° de la modif.
001

Buyer ID - Id de l'acheteur
CY028

Client Ref. No. - N° de réf. du client
0D160-200886

File No. - N° du dossier

CCC No./N° CCC - FMS No/ N° VME

MODIFICATION 001

Cette modification vise à répondre aux questions relatives à cette DP :

Q1. L'entrepreneur sélectionné doit-il employer des travailleurs au Canada avant la sélection, après la sélection ou les deux avant et après la sélection?

R1. Veuillez consulter la section 5.2.1 Attestation de contenu canadien en vertu de la clause A3050T du Guide CCUA (<https://achatsetventes.gc.ca/politiques-et-lignes-directrices/guide-des-clauses-et-conditions-uniformisees-d-achat/5/A/A3050T/4>).

Q2. À la page 20 de la DP, on dit que Sécurité publique Canada a mené une recherche sur l'opinion publique concernant la cyberintimidation. Est-ce que cette recherche pourrait nous être communiquée par Sécurité publique Canada dans le cadre de la préparation de nos réponses.

R2. Le rapport de recherche sur l'opinion publique sur la cyberintimidation ne sera pas partagé pour le moment car il n'est pas encore disponible dans sa forme finale.

Q3. La DP mentionne que nous devons réaliser une étude de cas de campagne de marketing et/ou de publicité en matière de sécurité ciblant les auditoires canadiens. Cela signifie-t-il qu'il doit s'agir d'une campagne nationale ou d'une campagne régionale où le public cible est une province ou une région au Canada?

R3. Les soumissionnaires devraient présenter une «Une (1) campagne de publicité ou de marketing achevée liée à la sécurité auprès de publics canadiens dans le contexte d'une campagne de marketing social et de publicité.» en réponse au critère 1.4.1 B). Par conséquent, l'auditoire de la campagne peut effectivement être régional, à condition que la campagne ait ciblé des auditoires canadiens dans le contexte d'une campagne de marketing social et de publicité.

TOUS LES AUTRES TERMES ET CONDITIONS DEMENTRENT LES MÊMES.