



**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

<b>Title - Sujet</b> POR - Quantitative ROP - Quantitatif	
<b>Solicitation No. - N° de l'invitation</b> HT372-203492/A	<b>Amendment No. - N° modif.</b> 005
<b>Client Reference No. - N° de référence du client</b> HT372-20-3492	<b>Date</b> 2021-01-15
<b>GETS Reference No. - N° de référence de SEAG</b> PW-\$\$CY-031-79414	
<b>File No. - N° de dossier</b> cy031.HT372-203492	<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> Eastern Standard Time EST <b>on - le 2021-01-25</b> Heure Normale du l'Est HNE	
<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> Brad, Giulia	<b>Buyer Id - Id de l'acheteur</b> cy031
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> (613) 990-3814 ( )	<b>FAX No. - N° de FAX</b> ( ) -
<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>

### **MODIFICATION 005**

L'objectif de cette modification est de répondre aux questions des soumissionnaires reçues en réponse à la présente DP.

#### **Questions et Réponses:**

***Q1. L'une des réponses de l'amendement 004 indique que « Santé Canada estime et est prêt pour un sondage de 20 minutes, mais il s'agit probablement d'un sondage de 15 minutes ». Compte tenu de cette réponse, quelle longueur du sondage devrions-nous assumer lorsque nous remplissons les tableaux « B2.1.2 RECRUTEMENT ET CONFIRMATION DES PARTICIPANTS, ET TRADUCTEUR » et « B2.1.3 AUTRES TAUX PROFESSIONNELS » ?***

***Nous demandons parce que a) les coûts de recrutement sont en fonction de la durée du sondage (un sondage plus long rend plus coûteux le recrutement de personnes parce que les gens sont moins intéressés à faire des sondages plus longs); b) d'autres tarifs professionnels comprennent le temps de programmation du sondage, qui est également en fonction de la durée du sondage.***

***Alors peut-être devrions-nous baser les coûts en B2.1 et B2.2.1 sur une durée d'enquête de 15 minutes et tous les coûts supplémentaires liés à un sondage de plus de 15 minutes et moins de 20 minutes (pour la programmation, le recrutement, etc.) devraient aller en B2.2.3?***

R : Le recrutement se fera par téléphone et le sondage se fera en ligne. Le « 15/20 minutes » est le sondage en ligne seulement, pas le questionnaire de recrutement. Le questionnaire de recrutement sera court, tel que pour le recrutement de groupes de discussion. Le but de recruter par téléphone d'abord est d'avoir un échantillon probabiliste à la fin. Le SOW explique l'approche en deux phases :

- Après l'administration du questionnaire de recrutement pour confirmer l'admissibilité et respecter les quotas d'échantillonnage, on demandera aux répondants de répondre au sondage en ligne plus exhaustif.

Et

- Une approche en deux étapes utilisant la composition aléatoire (CA) permettra d'obtenir un échantillon probabiliste et améliorera la précision des estimations démographiques par rapport à un panel en ligne.

***Q2. Compte tenu de la réponse de l'amendement 004 au sujet du B2.2.1, et que vous souhaitez que nous remplissions le tableau B2.2.2 sur les jeunes de 15 à 17 ans, devrions-nous exclure les coûts de recrutement des jeunes de 15 à 17 ans de toutes nos réponses en B2.1?***

***Ou demandez-vous les chiffres en B2.2.2 parce que vous voudrez peut-être suréchantillonner ce groupe d'âge, alors vous aimeriez savoir combien il en coûterait de plus pour recruter plus qu'un échantillon représentatif?***

R : B2.2.1 et B2.2.2 ne concernent que le sondage en ligne et non le recrutement. B2.2.1 concerne le coût par sondage en ligne pour l'ensemble des 10 000 répondants, 15 ans et plus. B2.2.2 concerne le coût supplémentaire par sondage pour les 15-17. À titre d'exemple, si nous avons 1 000 répondants âgés de 15 à 17 ans, il devrait y avoir une tarification en B2.2.2 indiquant combien il en coûterait de plus pour les sonder.. Le coût de leur recrutement ne devrait pas être supprimé en B2.1. Le coût du recrutement par téléphone devrait inclure tout le monde.

**TOUTES LES AUTRES MODALITÉS DEMEURENT INCHANGÉES.**