



**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> Communication Marketing Management	
<b>Solicitation No. - N° de l'invitation</b> C1111-200211/A	<b>Amendment No. - N° modif.</b> 004
<b>Client Reference No. - N° de référence du client</b> C1111-20-0211	<b>Date</b> 2021-07-16
<b>GETS Reference No. - N° de référence de SEAG</b> PW-\$\$CX-011-80124	
<b>File No. - N° de dossier</b> cx011.C1111-200211	<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 Daylight Saving Time EDT <b>on - le 2021-08-03</b> Heure Avancée de l'Est HAE	
<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> Leblanc(CX Div.), Marc-Andre	<b>Buyer Id - Id de l'acheteur</b> cx011
<b>Telephone No. - N° de téléphone</b> (873) 354-5948 ( )	<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>

Solicitation No. - N° de sollicitation  
C1111-200211/001/CX  
Client Ref. No. - N° de réf. du client  
C1111-200211

Amd. No. - N° de la modif.  
004  
File No. - N° du dossier  
cx011. C1111-200211

Buyer ID - Id de l'acheteur  
Cx011  
CCC No./N° CCC - FMS No./N° VME

---

### MODIFICATION 004

Le but de cette modification est de répondre aux questions des soumissionnaires et de rallonger la date de fermeture de la période de sollicitation jusqu'au 3 août, 2021.

#### **Questions et réponses :**

**Question 3) Avez-vous une préférence d'emplacement ou êtes-vous ouvert à une agence de la côte est pour soutenir ce travail?**

Réponse 3) Merci de l'intérêt que vous portez à la Campagne d'éducation et de sensibilisation du public contre le racisme de Patrimoine canadien. Il n'y a aucune obligation concernant l'emplacement de l'agence, les services fournis doivent cependant répondre à la définition du contenu canadien.

**Question 4) Seriez-vous prêt à laisser tomber le budget minimum 500 000 \$ en M1 comme cela limiterait les détails autour des diverses campagnes public sur la base qui est demandé dans M2? Nous avons des exemples à fournir qui ne répondent pas nécessairement aux divers critères définis dans M2 qui répondent aux exigences M1 pour le budget et le conflit.**

Réponse 4) Les critères d'évaluation techniques obligatoires et le budget minimum de 500 000 \$ reflété dans M1 reflètent la portée nationale de la campagne et l'investissement d'au moins 3,3 millions de dollars pour la campagne globale en fonction des besoins régionaux et démographiques qui seront informés et développés avec les communautés touchées et les Peuples Autochtones. Il est prévu que plus d'un million de dollars seront dépensés pour la partie marketing de la campagne. Le critère ne sera pas changé.

**Question 5) Pourriez-vous nous faire savoir s'il y a un budget ou une dépense annuelle pour ce contrat?**

Réponse 5) S'il vous plaît consulter la réponse à la question 2 figurant à la modification 002 du document de sollicitation.

**Question 6) Pourrions-nous demander une prolongation de la date limite de soumission ?**

Réponse 6) Merci de l'intérêt que vous portez à la Campagne d'éducation et de sensibilisation du public contre le racisme de Patrimoine canadien. Nous serions heureux de prolonger la date limite de soumission au 3 août 2021.

**TOUS LES AUTRES TERMES ET CONDITIONS DE LA SOLLICITATION DEMEURENT LES MEMES**