



ADVANCE CONTRACT AWARD NOTICE (ACAN)

Title: Vaccination Confidence in Canada: Online Conversation and Audience Analysis

Solicitation Number: 1000245919

1. The Purpose and Explanation of an ACAN

An Advance Contract Award Notice (ACAN) allows the Public Health Agency of Canada to post a notice for no less than fifteen (15) calendar days, indicating to the supplier community that a goods, services or construction contract will be awarded to a pre-identified contractor. If no other supplier submits, on or before the closing date, a Statement of Capabilities that meets the minimum requirements identified in the ACAN, the Contracting Authority may then proceed to award a contract to the pre-identified contractor.

2. Rights of Suppliers

Suppliers who consider themselves fully qualified and available to provide the services or goods described in this ACAN may submit a Statement of Capabilities demonstrating how they meet the advertised requirement. This Statement of Capabilities must be provided via e-mail only to the contact person identified in Section 12 of the Notice on or before the closing date and time of the Notice. If the Bidder can clearly demonstrate they possess the required capabilities, the requirement will be opened to electronic or traditional bidding processes.

3. Proposed Contractor

PULSAR Platform

The Johnson Building 79 Hatton Garden, London, England EC1N 8AW

4. Definition of Requirements or Expected Results

In preparation for increased vaccination education, promotion, and outreach, The Public Health Agency of Canada (PHAC) is requiring the services of a consultant to analyze the vaccine related conversations on social media and PHAC social media initiative and campaign performance.

The contractor must

- analyze vaccine-related conversations, and their participants, on Twitter and and social media channels, including Reddit, Blogs, Forums, and News, spanning up to three years of historical data.
- analyze PHAC's social media initiative and campaign performance, including content engagements and the campaign's influence on vaccine-related conversation.
- set up a keyword-based social listening tracker to capture social media conversations around vaccinations in Canada and gather three years' worth of historical data. In collaboration with Public Health Agency of Canada, the consultant will explore existing hypotheses to understand the key factors and signals that indicate vaccine confidence and hesitancy, and what drives the conversation. Within the vaccine hesitancy conversation, syntaxes for conversation pillars will be built through testing keywords and phrases within the overall vaccination dataset to be as broad yet relevant as possible.
- must map the volume of vaccine hesitancy conversation and specific conversation pillars over a three-year period, identifying what and who is influencing and driving key peaks in conversation, and what messaging and actions generated a positive response.
- build keyword-based rules to parse data into specific groupings such as conversation themes (i.e., experiences with long Covid, previous vaccine side effects, engaging with mis/disinformation, shift in perceived risk of infection).
- counts these topics across the overall dataset and highlights the most frequently occurring ones. This will provide an in-depth breakdown of the current vaccination landscape including the topics of conversation being engaged in.
- uncover how relevant conversations such as vaccine hesitancy reasons differ between provinces and/or major cities; allowing future messaging to be tailored per region.
- run the vaccine hesitant Twitter audience through a network-mapping algorithm to assess the sub-communities of each audience and the audience demographics. Audience maps will show the sub-communities that exist within the conversation audience.
- identify sub-communities that align with the Public Health Agency of Canada's communities of interest, for example, Indigenous peoples or millennial males.
- provide details of key audience segmentations, including demographics, interests, affinities, online behaviours, and the leading topics of vaccine hesitancy conversation, per each sub-community.
- will analyze sub-communities with algorithm-based detection and keyword classification.

5. Minimum Requirements

Any interested supplier must demonstrate by way of a Statement of Capabilities that it meets the following minimum requirements:

The bidder must have

- 1..1. Access to proprietary medical social networks, that provide isight to issues around vaccination and potential sentiment impact,

- 1..2. Over ten years of experience in social media analytics, including provision of medical information in media transfer to national level public health care provider,
- 1..3. International framework with individual social media listening tools, that can collect and analyze utilizing AI to output necessary segmented reporting, technical and social media analysis expertise in multiple fields on a global perspective,
- 1..4. Access to unique social media data sets, and ability to perform stratification

6. Reason for Non-Competitive Award

6.d. Only one person or firm is capable of performing the contract

Pulsar is uniquely placed to answer the brief in terms of data coverage, processing capabilities, and expertise & experience in reporting specific to the brief. Pulsar's expertise in the healthcare field, and research & analysis methodologies place them as the best partner for this project, along with the fact that they have a Canada-based research function, making them ideally placed to understand the local market at a local level.

Pulsar is uniquely positioned with exclusive partnerships to datasets such as Sermo. Pulsar has built a proprietary software platform that has integrated unique AI capabilities such as misinformation detection, audience segmentation and network mapping, that are critical to the delivery of this project.

7. Applicable trade Agreements and Justification for Limited Tendering or the Procurement Strategy for Aboriginal Business

This procurement is subject to the following:

Canadian Free Trade Agreement (CFTA)

Canada Korea Free Trade Agreement (CKFTA)

Canada-Chile Free Trade Agreement (CCFTA)

Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership (CPTPP)

Canada-Colombia Free Trade Agreement

Canada-European Union comprehensive Economic and Trade Agreement (CETA)

Canada-Honduras Free Trade Agreement

Canada-Panama Free Trade Agreement

Canada-Peru Free Trade Agreement

Canada-Ukraine Free Trade Agreement

Canada-United States-Mexico Agreement (CUSMA)

Articles III (8a) and XIII :World Trade Organization Agreement on Government Procurement (WTO-GPA)

8. Ownership of Intellectual Property

The ownership of intellectual Property will rest with the Contractor.

9. Period of the Proposed Contract

The contract period shall be from date of contract award until March 31 2023.

10. Estimated Value of the Proposed Contract

"The total estimated value of the proposed contract should not exceed \$339,000.00, including travel and living expenses (if applicable), and all applicable taxes."

11. Closing Date and Time

The Closing Date and Time for accepting Statements of Capabilities is January 10 2023 at 2pm EST.

12. Contact Person

All enquiries must be addressed by e-mail to:

Name: Mira Abdillahi
E-Mail: mira.abdillahi2@hc-sc.gc.ca

.....

PRÉAVIS D'ATTRIBUTION DE CONTRAT (PAC)

1. TITRE

Confiance à l'égard des vaccins au Canada : Conversations en ligne et analyse de l'audience

Numéro de la sollicitation : 1000245919

1. But et explication d'un PAC

Un préavis d'adjudication de contrat (PAC) permet à l'Agence de la santé publique du Canada de publier un avis pendant une période d'au moins quinze (15) jours civils pour informer la collectivité des fournisseurs de son intention de passer un contrat pour des biens, des services ou des travaux de construction à un fournisseur sélectionné d'avance. Si, au plus tard à la date limite, aucun fournisseur n'a présenté un Énoncé de capacités répondant aux exigences minimales précisées dans le PAC, l'Autorité contractante pourra octroyer le contrat au fournisseur pré-identifié.

2. Droits des fournisseurs

Les fournisseurs qui considèrent qu'ils sont pleinement qualifiés et disponibles pour fournir les services ou les biens indiqués dans le PAC peuvent soumettre un Énoncé de capacités dans lequel ils démontrent comment ils satisfont aux exigences minimales annoncées. Cet Énoncé de capacités doit être fourni **uniquement par courrier électronique** à la personne-ressource dont le nom apparaît à l'article 12 du Préavis au plus tard à la date limite du Préavis. Si un fournisseur est en mesure de démontrer qu'il possède les capacités requises, le contrat fera l'objet d'un processus électronique ou traditionnel d'appel d'offres.

3. Fournisseur proposé

PULSAR Platform

The Johnson Building 79 Hatton Garden, London, England EC1N 8AW

4. Définition des exigences ou des résultats attendus

- L'Agence de la Santé Publique du Canada (ASPC) requiert les services d'un entrepreneur afin de lui fournir des conseils d'experts sur les connaissances, les attitudes et les comportements des Canadiens noirs en ce qui concerne la vaccination contre la COVID-19.
-
- L'entrepreneur doit

- analyser les conversations liées aux vaccins et leurs participants sur Twitter et les canaux de médias sociaux, y compris Reddit, les blogs, les forums et les actualités, couvrant jusqu'à trois ans de données historiques.
- analyser l'initiative de médias sociaux de l'ASPC et le rendement de la campagne, y compris les engagements de contenu et l'influence de la campagne sur les conversations liées aux vaccins.
- mettre en place un outil de suivi de l'écoute sociale basé sur des mots-clés pour capturer les conversations sur les médias sociaux concernant les vaccinations au Canada et recueillir trois années de données historiques. En collaboration avec l'Agence de la santé publique du Canada, le consultant explorera les hypothèses existantes pour comprendre les principaux facteurs et signaux qui indiquent la confiance et l'hésitation à l'égard des vaccins, et ce qui motive la conversation. Dans le cadre de la conversation sur l'hésitation à la vaccination, les syntaxes des piliers de la conversation seront construites en testant des mots-clés et des phrases dans l'ensemble de données global sur la vaccination pour qu'elles soient aussi larges mais pertinentes que possible.
- cartographier le volume de conversation sur la réticence à la vaccination et les piliers de conversation spécifiques sur une période de trois ans, en identifiant quoi et qui influence et génère des pics clés dans la conversation, et quels messages et actions ont généré une réponse positive.
- créer des règles basées sur des mots-clés pour analyser les données en groupes spécifiques tels que des thèmes de conversation (c'est-à-dire des expériences avec un long Covid, des effets secondaires de vaccins antérieurs, un engagement avec une més/désinformation, un changement dans le risque perçu d'infection).

- compter ces sujets dans l'ensemble de données global et met en évidence les plus fréquents. Cela fournira une analyse détaillée du paysage actuel de la vaccination, y compris les sujets de conversation en cours.
- découvrir comment les conversations pertinentes telles que les raisons de la réticence à la vaccination diffèrent entre les provinces et/ou les grandes villes ; permettant aux futurs messages d'être adaptés par région.
- faire passer l'audience Twitter hésitante face à la vaccination à travers un algorithme de mappage de réseau pour évaluer les sous-communautés de chaque audience et les caractéristiques démographiques de l'audience. Les cartes d'audience montreront les sous-communautés qui existent au sein de l'audience de la conversation.
- identifier les sous-communautés qui correspondent aux communautés d'intérêts de l'Agence de la santé publique du Canada, par exemple, les peuples autochtones ou les hommes de la génération
- fournir des détails sur les principales segmentations du public, y compris les données démographiques, les intérêts, les affinités, les comportements en ligne et les principaux sujets de conversation sur la réticence à la vaccination, pour chaque sous-communauté.
- analyser les sous-communautés avec une détection basée sur un algorithme et une classification des mots-clés.

5. Exigences minimales

2. Le fournisseur intéressé doit démontrer, grâce à un Énoncé de capacités, qu'il répond aux exigences minimales suivantes :
 - 2..1. L'accès à des réseaux sociaux médicaux exclusifs, qui fournissent un aperçu des questions liées à la vaccination et à leurs répercussions sur les opinions.
 - 2..2. Plus de dix ans d'expérience dans l'analyse des médias sociaux, notamment dans la transmission des données médicales dans les médias à un fournisseur de soins de santé publique au niveau national.

- 2..3. Un cadre de travail international comprenant des outils personnalisés d'écoute des médias sociaux, capables de collecter et d'analyser des données à l'aide de l'intelligence artificielle en vue de produire les rapports segmentés nécessaires. De l'expérience technique et de l'expertise en analyse des médias sociaux dans de multiples domaines et dans une perspective mondiale.
- 2..4. L'accès à des ensembles de données uniques sur les médias sociaux. Capacité d'effectuer des stratifications.

6. Raison de l'adjudication sans mise en concurrence

6d Le marché ne peut être exécuté que par une seule personne ou seule entreprise.

Pulsar est idéalement positionné pour répondre en termes de couverture des données, de

traitement

capacités, et expertise et expérience dans les rapports spécifiques au dossier. L'expertise de Pulsar dans le domaine de la santé et les méthodologies de recherche et d'analyse fait de Pulsar le meilleur partenaire pour ce projet, ainsi que le fait que Pulsar a une fonction de recherche basée au Canada, ce qui rend idéalement placés pour appréhender le marché local au niveau local.

Pulsar occupe une position unique avec des partenariats exclusifs pour des ensembles de données tels que Sermo. Pulsar a construit une plate-forme logicielle propriétaire qui a intégré des capacités d'IA uniques telles que la détection de désinformation, la segmentation de l'audience et la cartographie du réseau, qui sont essentielles à la livraison de ce projet.

7. Accords commerciaux et justification de l'appel d'offres restreint ou Stratégie d'approvisionnement auprès des entreprises autochtones

Cet approvisionnement est assujéti aux accords suivants :

Accord de Libre-Échange Canadien

Accord de Libre-Échange Canada-Corée

Accord de Libre-Échange Canada-Chili

Accord global et Progressiste de Partenariat Trans Pacifique

Accord de Libre-Échange Canada-Colombie

Accord global, Économique et Commercial, entre le Canada et l'Union Européenne

Accord de Libre-Échange Canada-Honduras

Accord de Libre-Échange Canada-Panama

Accord de Libre-Échange Canada-Pérou

Accord de Libre-Échange Canada-Ukraine

Accord Canada-États-Unis-Mexique

Articles III (8a) and XIII de l'Accord de l'Organisation Mondiale du Commerce sur les Marchés Publics.

8. Droit à la propriété intellectuelle

Canada conservera les droits de Propriété Intellectuelle.

9. Durée du contrat proposé

La période du contrat sera de la date d'attribution du contrat jusqu'au 31 mars 2023.

10. Coût estimatif du contrat proposé

Le montant total estimé pour le contrat proposé ne devrait pas excéder \$339,000.00, incluant les dépenses de déplacements et de subsistance (si applicable) ainsi que toutes les taxes applicables.

11. Date limite et heure de clôture

La date et l'heure de clôture pour accepter les Énoncés de capacités est le 10 janvier 2023 à 14h00 HNE

12. Personne-ressource

Toutes les demandes de renseignements relatives au présent préavis doivent être adressées par courrier électronique à :

Nom : Mira Abdillahi
Adresse électronique : mira.abdillahi2@hc-sc.gc.ca