



DEMANDE DE QUALIFICATION – ADDENDA N^o 1

DDQ DC2023-JW-01 Acquisition et gestion stratégiques d'articles promotionnels

Date et heure limites :

Le 23 mars 2023
à 14 h
Heure du Pacifique

Date de publication : Le 16 mars 2023 **De :** Service d'approvisionnement de la CCT

À : Tous les fournisseurs **Courriel :** procurement@destinationcanada.com

Voici les réponses aux questions présentées en date du 28 février 2023 à 14 h (HP) relativement à la DDQ indiquée ci-dessus.

Questions Q1 à Q5 : L'objet de cette DDQ est de qualifier des soumissionnaires en vue de travaux ultérieurs si Destination Canada a besoin de leurs compétences en matière d'acquisition stratégique, de conception, de coordination des activités de production et de logistique d'expédition d'articles promotionnels. Veuillez vous reporter à la section C – Énoncé de travail de la DDQ pour tout complément d'information.

Q1. Auriez-vous l'obligeance de nous donner une estimation du volume annuel des différents scénarios (scénario 1 Tee-shirts, scénario 2 Calepins, scénario 3 Épinglettes)?

Nous ne nous attendons pas à ce que DC s'engage sur une telle estimation, mais nous en avons besoin pour évaluer la valeur monétaire potentielle du contrat.

Réponse : Destination Canada ne peut pas fournir d'estimation du volume des différents scénarios.

Q2. Combien DC prévoit-elle dépenser au total pour l'acquisition d'articles promotionnels au cours de l'année à venir? Combien a-t-elle dépensé l'an dernier?

Réponse : Destination Canada ne peut pas fournir de dépenses annuelles (actuelles ou futures) d'articles promotionnels.

Q3. Quels sont les dépenses ou les budgets annuels totaux de DC pour l'acquisition d'articles promotionnels?

Réponse : Destination Canada ne peut pas fournir de dépenses annuelles (actuelles ou futures) d'articles promotionnels.

Q4. Quel est le pourcentage de commandes ponctuelles ou spéciales dans les dépenses ou le budget annuels?

Réponse : Destination Canada ne peut pas fournir de renseignements sur les dépenses annuelles (actuelles ou futures) liées à des commandes ponctuelles ou spéciales.

Q5. Quel est le pourcentage des achats de la boutique en ligne dans les dépenses ou le budget annuels?

Réponse : Destination Canada n'a à l'heure actuelle pas de boutique en ligne.

Q6. Une boutique en ligne sera-t-elle nécessaire pour les achats d'articles promotionnels de Destination Canada?

Réponse : Destination Canada décidera ultérieurement de la nécessité d'une boutique en ligne.

Q7. Quelles difficultés rencontrez-vous avec le modèle ou les solutions de services actuels?

Réponse : Destination Canada ne rencontre pas de difficultés avec le modèle ou les solutions de services actuels. Notre intention est de nous renseigner sur les capacités de boutiques en ligne existantes sur le marché avant d'envisager plus avant cette possibilité.

Q8. Quelles améliorations recherchez-vous pour perfectionner le modèle ou les solutions de services actuels?

Réponse : Parmi les raisons qui pourraient nous pousser à adopter une boutique en ligne, citons la simplification de la gestion de l'inventaire et la possibilité pour nos divers clients internes de consulter l'inventaire en temps réel ou de vérifier ce qui peut être commandé et quand cela peut être livré.

Q9. Le ou les soumissionnaires retenus devront-ils assurer la transition d'un inventaire existant?

Réponse : Destination Canada n'a pas d'inventaire existant dont le ou les soumissionnaires retenus devraient assurer la transition.