



NEGOTIATED REQUEST FOR PROPOSAL ADDENDUM # 3

NRFP #CTC-2015-MM-02 Commercial Aviation Business Intelligence Services

CLARIFICATION QUESTIONS:

<u>Issue Date:</u>	March 26, 2015	<u>From:</u>	CTC Procurement
<u>To:</u>	All Vendors	<u>E-mail:</u>	procurement@ctc-cct.ca

Please refer to the above Negotiated Request for Proposal (NRFP) document and be advised of the information and revisions as outlined below:

Question 1 Question E.1.1.c on page 11 asks whether our Seat Capacity tool helps identify opportunities to grow foreign arrivals to Canada. An example includes determining which U.S. cities present the greatest opportunity. Identifying markets where foreign visitors originate is generally done by combining ticketed passenger sales / bookings data with available seat capacity. Many forecasting tools are used for this purpose, and those would generally fall outside the scope of the two main datasets that the CTC is seeking here. Can the CTC please clarify how it intends to use Seat Capacity data alone to identify market growth opportunities?

Answer: In general, seat capacity data helps the CTC work proactively with its travel industry partners. Some examples of what we've looked at in the past include:

- Seat capacity changes from each market and by destination in Canada (e.g. seat capacity from the UK to Atlantic Canada is increasing 25% in 2015),
- Timing of seat capacity growth so that we can adjust our activities accordingly (e.g. most of the growth opportunities for France will occur during peak travel months when seat capacity will be up 10% over last year or conversely, if seat capacity is shrinking from a market during a particular period then we may try to encourage early bookings), and
- Given that nonstop air service is limited from some of our markets, identify flights that will connect well in both directions and the relevant airlines that we may want to work with.

We agree that additional data/tools would be of value and would be interested in learning about data or tools that could be included as part of the solution without additional cost. With respect to the second example provided "determining which US cities present the greatest opportunity", we would look at aspects such as the number of points in Canada served from each city, Canada's share of seats, capacity growth trend, airlines operating, seasonality, catchment population/demographics (if available), etc.

Question 2 Section F.1 on pages 14 and 15 asks for pricing for partner organizations that could include one or more provincial or regional destination marketing organizations in Canada. Canadian DMOs come in all shapes and sizes, and our pricing wouldn't be the

same for large provincial organizations that attract international travelers and smaller local DMOs that target domestic drive traffic. Any guidance you can provide on how bidders should tackle these differences? Is there a standard metric that the CTC uses to differentiate the various-sized DMOs that qualify as partner organizations? Is there a finite list of these partner organizations that the CTC might provide?

Answer: The CTC would suggest limiting the partner pricing to the provincial marketing organizations and regional organizations such as Atlantic Canada Tourism Partnership.

Question 3 Section F.2 on page 15 mentions early payment discounts. Would the CTC be willing to pay a multi-year subscription all up front?

Answer: The CTC will evaluate all options that are presented and may consider a multi-year subscription paid up front, at CTC's sole discretion.

Question 4 Appendix D requires declaration of sub-contractors. Our product is built using data from third parties, but there is no need for the CTC to interact with these third parties. Does the CTC consider a data-supply relationship to constitute a prime / sub relationship?

Answer: The declaration of sub-contractors is meant to advise CTC of any third party relationships so that CTC understands any potential underlying risks and whether a Proponent intends to use sub-contractors to provide the services as described in this NRFP. The Proponent is responsible for supervising and coordinating all projects and/or services that they may delegate or receive from sub-contractors to ensure the services are provided to CTC in a seamless manner without the interaction of CTC with these third parties. A sub-contractor that provides data in order for a proponent to supply a solution would be considered a sub-contractor and therefore should be disclosed. These disclosures are confidential.



DEMANDE DE PROPOSITIONS AVEC NÉGOCIATIONS – ADDENDA 3

DDPN CTC-2015-MM-02, Services de veille stratégique en aviation commerciale

QUESTIONS DE CLARIFICATION

Date de publication : Le 26 mars 2015 **Expéditeur :** Service de l'approvisionnement de la CCT

Destinataires : Tous les fournisseurs **Courriel :** procurement@ctc-cct.ca

Veuillez vous reporter au document de Demande de propositions avec négociations (DDPN) ci-dessus et prendre connaissance des changements et renseignements suivants.

Question 1 À la question E.1.1.c (page 11), on demande si notre outil de capacité aérienne est utile pour recenser les possibilités d'accroître le nombre d'arrivées de voyageurs étrangers au Canada. On donne comme exemple la capacité de déterminer quelles villes américaines présentent le meilleur potentiel. En général, pour déterminer les marchés d'où proviennent les visiteurs, on combine les données sur les ventes de billets ou les réservations avec la capacité aérienne. Pour ce faire, on fait appel à plusieurs outils de prévision dont la plupart dépassent la portée des deux principaux ensembles de données que la CCT demande dans cette DDPN. La CCT pourrait-elle préciser comment elle entend utiliser les seules données de capacité aérienne pour recenser les possibilités de croissance des marchés?

Réponse : En général, les données sur la capacité aérienne aident la CCT à travailler proactivement avec ses partenaires de l'industrie des voyages. Voici quelques exemples des données que nous avons analysées par le passé :

- les variations de capacité aérienne en provenance de chaque marché et par destination canadienne (p. ex. la capacité aérienne entre le Royaume-Uni et le Canada atlantique est en hausse de 25 % en 2015);
- le moment de l'année où augmente la capacité aérienne, pour moduler nos activités en conséquence (p. ex. la majeure partie des possibilités de croissance en France se présenteront durant la période touristique de pointe, alors que la capacité aérienne augmentera de 10 % par rapport à l'année dernière; ou alors la baisse de la capacité aérienne en provenance d'un marché pendant une période en particulier peut nous amener à promouvoir les réservations anticipées);

- étant donné le nombre limité de liaisons aériennes sans escale en provenance de certains de nos marchés, nous cherchons à répertorier les vols avec de bonnes correspondances dans les deux directions et les compagnies aériennes pertinentes, en vue d'une éventuelle collaboration.

Nous convenons de l'intérêt de disposer de données et d'outils supplémentaires et nous vous invitons à nous faire part des données ou des outils qui pourraient s'inscrire dans la solution sans frais supplémentaires. En ce qui concerne le deuxième exemple, « déterminer quelles villes américaines présentent le meilleur potentiel », nous pourrions analyser des aspects tels que le nombre de destinations canadiennes desservies à partir de chaque ville, la proportion de la capacité aérienne qui dessert le Canada, les tendances de croissance de la capacité, les compagnies aériennes qui détiennent cette capacité, le caractère saisonnier, le bassin démographique (si possible), etc.

Question 2 À la section F.1 (pages 15 et 16), on demande la tarification pour des organismes partenaires, parmi lesquels pourraient figurer un ou plusieurs organismes de marketing de destination (OMD) provinciaux ou régionaux du Canada. Le Canada compte toute une variété d'OMD, des plus petits aux plus grands, et nous ne pourrions demander les mêmes tarifs aux organismes provinciaux de grande envergure qui attirent des voyageurs étrangers et aux OMD locaux qui ciblent les voyageurs canadiens qui se déplacent en voiture. Pouvez-vous conseiller les soumissionnaires sur la façon de tenir compte de ces différences? La CCT utilise-t-elle une mesure normalisée pour différencier les OMD qu'elle peut envisager comme partenaires en fonction de leur taille? La CCT peut-elle nous fournir une liste définitive de ces organismes partenaires?

Réponse : Aux fins de la tarification, la CCT suggère aux soumissionnaires de s'en tenir aux organismes de marketing provinciaux et régionaux, comme le Partenariat du tourisme du Canada atlantique.

Question 3 À la section F.2 (page 16), on parle de rabais pour paiement hâtif. La CCT serait-elle disposée à prendre un abonnement de plusieurs années, payé d'avance?

Réponse : La CCT évaluera toutes les propositions qui lui seront présentées et pourrait envisager, à son entière discrétion, un abonnement de plusieurs années payé d'avance.

Question 4 À l'annexe 4, on demande une déclaration des sous-traitants. Notre produit utilise des données de tierces parties, lesquelles n'auront normalement aucune interaction avec la CCT. Au sens où l'entend la CCT, une relation d'approvisionnement en données est-elle une relation entrepreneur-sous-traitant?

Réponse : La déclaration des sous-traitants vise à informer la CCT de toute relation avec une tierce partie, de sorte qu'elle saisisse les éventuels risques sous-jacents et sache si le soumissionnaire prévoit faire appel à des sous-traitants pour fournir les services décrits dans la DDPN. Il revient au soumissionnaire de superviser et de coordonner tout projet ou service assigné à des sous-traitants afin qu'aucun accroc ni aucune interruption ne vienne entraver les services offerts à la CCT, et cela sans que la CCT n'ait affaire directement avec ces tierces parties. Une entreprise qui fournit des données essentielles à la solution proposée par un soumissionnaire serait considérée comme un sous-traitant et devrait être mentionnée dans la déclaration des sous-traitants. Les renseignements divulgués dans cette déclaration restent confidentiels.