



Canadian Tourism
Commission

Commission canadienne
du tourisme

NEGOTIATED REQUEST FOR PROPOSAL ADDENDUM # 1

NRFP #CTC-2015-MM-09 Beyond the Return on Investment

Clarification Questions:

<u>Issue Date:</u>	November 5, 2015	<u>From:</u>	CTC Procurement
<u>To:</u>	All Vendors	<u>E-mail:</u>	procurement@destinationcanada.com

The third bullet under Section C5 on page 9 states a survey will be conducted with PTMOs, the CTC and international equivalents. Could you provide more information about the survey approach?

Question 1 **Will the successful vendor be provided a contact list for these organizations?**

Answer: CTC can provide a list of PTMOs contact. A list of international equivalent to CTC will be provided where available, but the proponent is free to seek other organisation where deemed appropriate.

Question 2 **Will the survey approach target specific individuals (e.g., key executives) within each PTMO?**

Answer: Yes, it would target individuals at the executive level overseeing the implementation of measurement methods to assess the impact of tourism marketing.

Question 3 **How many surveys are expected to be completed?**

Answer: In Canada, one for each province and territory, plus key national level organisations (e.g. CTC, ACTP). Internationally, while no set number of surveys were specified in the RFP, we would suggest a minimum of 5 surveys of international equivalents.

**End of ADDENDA NO.1
For
Beyond the Return on Investment
Negotiated Request for Proposal
CTC-2015-MM-09**

Michael Miszczak
Procurement Advisor
miszczak.michael@destinationcanada.com



DEMANDE DE PROPOSITIONS AVEC NÉGOCIATIONS – ADDENDA 1

DDPN CTC-2015-MM-09 Au-delà d'un simple rendement du capital investi

Questions de clarification :

Date de publication : Le 5 novembre 2015 **Expéditeur :** Service de l'approvisionnement de la CCT

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

À la troisième puce de la section C.5 à la page 12, on mentionne une enquête concernant les OMPT, la CCT et les équivalents internationaux. Pourriez-vous préciser davantage l'approche à adopter pour cette enquête?

Question 1 **Est-ce que vous donnerez au fournisseur retenu une liste de contacts pour ces organisations?**

Réponse : La CCT pourra fournir une liste de contacts pour les OMPT. Une liste d'organisations étrangères équivalentes à la CCT sera fournie selon la disponibilité de cette information, mais le fournisseur est libre de communiquer avec d'autres organisations jugées pertinentes.

Question 2 **L'enquête devra-t-elle cibler des personnes en particulier (p. ex. des cadres clés) au sein de chaque OMPT?**

Réponse : Oui, elle devra cibler des personnes occupant un poste de direction qui supervisent la mise en œuvre des méthodes d'évaluation de l'incidence du marketing touristique.

Question 3 **Combien d'enquêtes doit-on s'attendre à effectuer?**

Réponse : Au Canada, une pour chaque province et chaque territoire, en plus des organisations clés au niveau national (p. ex. CCT, PTCA). À l'étranger, le nombre d'enquêtes n'est pas précisé dans la DDPN, mais nous suggérons un minimum de cinq enquêtes auprès d'équivalents internationaux.

**Fin de l'ADDENDA N° 1
pour
Au-delà d'un simple rendement du capital investi
Demande de propositions avec négociations
CTC-2015-MM-09**

Michael Miszczak
Conseiller en approvisionnement
miszczak.michael@destinationcanada.com