

---

# CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPECIALES (C. P. S.)

---



## CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPÉCIALES

Marché N° ..... / 2025.

Passé en application de l'article 19, du décret N°2-22-431 du 15 chaabane 1444 (8 mars 2023) relatif aux marchés publics.

Entre les soussignés :

D'une part : .....

L'OFFICE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET DE LA PROMOTION DU TRAVAIL (OFPPT), représenté par son Directeur Général,

Et,

D'autre part : .....

La société : .....

- Titulaire du compte ..... (à la Trésorerie Générale, bancaire, ou postal) ouvert à mon nom (ou au nom de la société) à.....(localité), sous relevé d'identification bancaire (RIB) numéro.....

- Adresse du siège social de la société : .....

- Adresse du domicile élu : .....

- Affiliée à la CNSS sous le n° : .....

- Inscrite au registre de commerce de ..... (Localité) sous le n° : .....

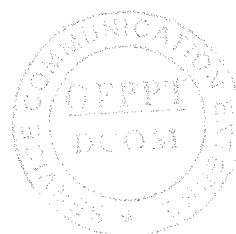
- Patente n° : .....

- Identifiant commun de l'Entreprise : n° ..... (ICE)

- Représentée par :

Monsieur .....

Agissant au nom et pour le compte de ladite société en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés,



**CHAPITRE I : CLAUSES ADMINISTRATIVES ET FINANCIERES :****ARTICLE 1 : OBJET DU MARCHÉ ET MODE DE PASSATION**

Assistance en communication et achat media pour le compte des Cités des Métiers et des Compétences.

Il est passé en application de l'alinéa 1 du paragraphe I-1 et de l'alinéa b) du paragraphe I-3 de l'article 19 et de l'alinéa b) du paragraphe 3 de l'article 20 du décret 2-22-431 relatif aux marchés publics.

**ARTICLE 2 : PIÈCES INCORPORÉES AU CONTRAT**

Les documents contractuels sont par ordre de priorité :

- 1- L'acte d'engagement ;
- 2- Le présent cahier des prescriptions spéciales complété par l'offre technique du titulaire,
- 3- Le bordereau des prix - détail estimatif ;
- 4- les termes de références;
- 5- Le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés de services portant sur les prestations d'études et de maîtrise d'œuvre (CCAG-EMO), approuvé par le Décret n° 2-01-2332 du 22 rabii I 1423 (4 juin 2002).

En cas de discordance ou de contradiction entre les documents constitutifs du marché, autres que celles se rapportant à l'offre financière tel que décrit par le décret précité n° 2-12-349, ceux-ci prévalent dans l'ordre où ils sont énumérés ci-dessus.

**ARTICLE 3 : AUTRES TEXTES APPLICABLES**

Le titulaire du marché est soumis aux dispositions notamment des textes suivants :

- Loi N° 1-72-183 instituant l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion de Travail.
  - La loi n°69-00 relative au contrôle financier de l'Etat sur les entreprises publiques et autres organismes (B.O. n°5170 du 18/12/2003).
  - Le Décret n°2-22-431 du 15 chaabane 1444 ( 8 mars 2023 ) relatif aux marchés publics.
  - Le décret n° 2.01.2332 du 22 Rabii I 1423 (4 juin 2002) approuvant le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés de services portant sur les prestations d'études et de maîtrise d'œuvre passés pour le compte de l'Etat CCAG-EMO.
  - L'arrêté 2-3663 du 13 /07/2005 portant organisation financière et comptable de l'OFPPT.
  - Le dahir n° 1-15-05 du 29 rabii II 1436 (19 février 2015) portant promulgation de la loi n°112-13 relative au nantissement des marchés publics.
  - Les textes officiels réglementant la main d'œuvre et les salaires.
  - La décision du ministre des Finances et de la Privatisation - DEPP n° 2-0610 du 26 Février 2008 fixant le visa préalable du contrôleur d'Etat de l'OFPPT pour les marchés de fournitures et de prestation de service dont le montant est supérieur à 1 000 000,00 DHS.
  - L'arrêté du ministre délégué au profit de la ministre de l'économie et des finances, chargé du budget n° 1692-23 du 4 hija 1444 (23 Juin 2023) relatif à la dématérialisation des procédures, des documents et des pièces relatives aux marchés publics
- Ainsi que tous les textes réglementaires ayant trait aux marchés publics rendus applicables à la date limite de réception des offres.

**ARTICLE 4 : CARACTÈRE DES PRIX**

Les prix arrêtés dans le bordereau des prix - détail estimatif sont fermes et non révisables durant toute la durée du marché.

Toutefois, si le taux de la taxe sur la valeur ajoutée est modifié postérieurement à la date limite de remise des offres, le maître d'ouvrage répercute cette modification sur le prix de règlement.

**ARTICLE 5 : NATURE DES PRIX**

Le présent marché est à prix unitaires.

Les sommes dues au titulaire du marché sont calculées par application des prix unitaires portés au bordereau des prix ou au bordereau des prix détail estimatif, le cas échéant, joint au présent cahier des prescriptions spéciales, aux quantités réellement exécutées conformément au marché.

Les prix du marché sont réputés comprendre toutes les dépenses résultant de l'exécution des prestations y compris tous les droits, impôts, taxes, frais généraux, faux frais et assurer au prestataire de services une marge pour bénéfice et risques et d'une façon générale toutes les dépenses qui sont la conséquence nécessaire et directe des prestations.

**ARTICLE 6 : DROITS DE TIMBRES**

Le prestataire de service doit acquitter les droits de timbre du marché, tels qu'ils résultent des lois et règlements en vigueur.

**ARTICLE 7 : DUREE DU MARCHE**

La durée du marché est de 12 mois. La durée du marché court à compter de la date de commencement de l'exécution des prestations prévue par ordre de service.

**Pendant la durée du marché, les quantités des prestations sont arrêtées par le Maître d'ouvrage conformément aux délais arrêtés ci-après, objet de l'Article n° 8.**

**ARTICLE 8 : DELAIS D'EXECUTION**

Les délais d'exécution de chaque prestation sont arrêtés comme suit :

Désignation des prestations	Délai de réalisation
Conception et exécution d'une campagne de communication	<b>15 jours</b>
Conception et production de spot radio (1 à 2 speakers)	<b>15 jours</b>
Déclinaison d'un spot radio dans une autre langue (1 à 2 speakers)	<b>1 semaine</b>
Conception de story Board et suivi de la production d'un spot TV publicitaire	<b>15 jours</b>
Elaboration d'un media planning TV et Radio.	<b>15 jours</b>
Conception et exécution d'une version de base	<b>1 semaine</b>
Déclinaison de tout support à un autre support	<b>1 semaine</b>
Conception et production de capsule en motion design	<b>15 jours</b>
Production de vidéos graphiques animées	<b>03 jours</b>
Remontage vidéos	<b>07 jours</b>
Déclinaison linguistique d'une capsule existante avec voix off	<b>03 jours</b>
Déclinaison linguistique d'une capsule existante sans voix off	<b>02 jours</b>
Création de landing page (1 seule page globale)	<b>20 jours</b>

Elaboration de la stratégie social media	<b>21 jours</b>
Assistance à la gestion et à la modération des médias sociaux	<b>Mensuel</b>
Production des contenus visuels et éditoriaux	<b>02 jours</b>
Production des formats Rich media pour les réseaux sociaux	<b>03 jours</b>
Suivi de l'E-réputation	<b>Mensuel</b>
Achat média pour un budget de 1 dh Hors taxes, <b>dégressifs OFPPT compris</b>	<b>15 jours</b>

- Le délai d'exécution commence à courir à partir du lendemain de la date de notification de la lettre de commande d'exécution de la prestation concernée ;
- Toutefois, ces délais ne comportent le délai nécessaire à l'OFPPT pour examiner la conformité des livrables objets de la prestation.

## **ARTICLE 9 : PENALITES DE RETARD**

A défaut par le titulaire d'avoir terminé les prestations objet du marché dans le délai contractuel, il lui sera appliqué, sans mise en demeure préalable, une pénalité d'un pour mille (1/1000) par jour calendaire de retard, calculé sur la base du montant initial du marché, avec prise en compte des éventuels avenants.

Cette pénalité sera appliquée de plein droit et sans mise en demeure sur toutes les sommes dues au prestataire de services.

L'application de ces pénalités ne libère en rien Le prestataire de services de l'ensemble des autres obligations et responsabilités qu'il aura souscrites au titre du présent marché.

Le montant global des pénalités au titre des retards est plafonné à dix pour cent (**10**) % du montant initial du marché augmenté le cas échéant du montant des avenants.

Lorsque le plafond des pénalités est atteint, l'autorité compétente est en droit de résilier le marché après mise en demeure préalable du titulaire et sans préjudice de l'application des autres mesures coercitives prévues à l'article 52 du CCAG-EMO.

## **ARTICLE 10 : CAUTIONNEMENTS PROVISOIRE ET DEFINITIF**

Le montant du cautionnement provisoire est fixé à : 30 000 dhs

Le cautionnement provisoire reste acquis au maître d'ouvrage notamment dans les cas cités à l'article 15 du CCAG- EMO.

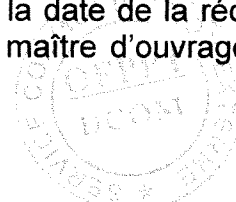
Le cautionnement provisoire est restitué au titulaire du marché selon les dispositions de l'article 16, paragraphe 1 du CCAG-EMO.

Le montant du cautionnement définitif est fixé à trois pour cent (3%) du montant initial du marché.

Si le prestataire ne réalise pas le cautionnement définitif dans un délai de 30 jours qui suivent la notification de l'approbation du présent marché, le montant du cautionnement provisoire fixé ci-dessus reste acquis au maître d'ouvrage.

Le cautionnement définitif peut être saisi éventuellement conformément aux dispositions de l'article 15, paragraphe 2 du CCAG -EMO.

Le cautionnement définitif sera restitué, sauf les cas d'application de l'article 52 du CCAG-EMO, ou la caution qui le remplace est libérée à la suite d'une mainlevée délivrée par le maître d'ouvrage dans un délai maximum de trois (3) mois suivant la date de la réception définitive des prestataires s'il a rempli toutes ses obligations vis-à-vis du maître d'ouvrage conformément aux dispositions de l'article 16, paragraphe 2 du CCAG -EMO.



En cas de groupement, le cautionnement définitif est souscrit dans les conditions prévues à l'article 150 du décret n° 2-22-431.

#### **ARTICLE 11 : MODALITES DE COMMANDE**

Les ordres de service sont établis par le directeur de la communication, selon les besoins de l'OFPPT et transmis au prestataire exécution. Passés les délais prescrits dans le tableau figurant à l'article 8, il lui est appliqué des pénalités de retards.

#### **ARTICLE 12 : CONFIDENTIALITE DES RENSEIGNEMENTS**

L'Agence retenue, sauf consentement préalable écrit par l'OFPPT, s'interdit de communiquer les documents qui lui sont remis, ainsi que toutes informations fournies par l'OFPPT et ce, à toute personne autre que celles employées par l'Agence pour l'exécution du marché. Les informations transmises à cet effet doivent rester confidentielles et seront strictement limitées à ce qui est nécessaire à ladite exécution.

#### **ARTICLE 14 : LANGUES UTILISEES**

Les langues de travail pour l'exécution des prestations objet du marché qui découlera du présent appel d'offres sont l'arabe, français.

#### **ARTICLE 15 : VALIDATION**

L'agence retenue devra obtenir l'accord spécifique écrit de l'OFPPT sur chaque prestation à réaliser (notamment diffusion de media planning), l'accord écrit pouvant se faire sous forme de « signature pour accord » de la personne mandatée à cet effet.

#### **ARTICLE 16 : RECEPTIONS PROVISOIRE ET DEFINITIVE**

Compte tenu de la nature des prestations, les réceptions provisoire et définitive sont confondues. A la livraison de l'attestation de souscription, le maître d'ouvrage procède à la vérification de la conformité des prestations de services réalisées aux spécifications techniques du marché et prononce, le cas échéant et en application de l'article 49 du CCAG-EMO, la réception partielle des prestations concernées. Cette réception sera sanctionnée par l'établissement d'un procès-verbal de réception.

La dernière réception tient lieu de réception définitive du marché.

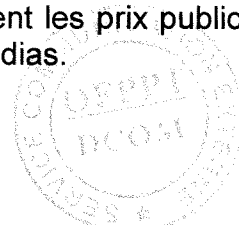
#### **ARTICLE 17 : MODE DE PAIEMENT**

Trimestriellement, le règlement des prestations réalisées sera effectué en application des prix du bordereau des prix – détail estimatif aux quantités réellement exécutées et après réception par le maître d'ouvrage des prestations objet du marché.

Seules sont réglées les prestations prescrites par le présent cahier des prescriptions spéciales ou par ordre de service notifié par le maître d'ouvrage.

Le paiement des prestations réalisées par l'Agence sera réglé, sur présentation de la facture établie en 5 exemplaires portant cachet et signature du titulaire du marché. Chaque prestation fera l'objet d'un paiement à part.

- Les factures seront établies de manière à faire ressortir clairement le détail des prix prévus par le marché, ainsi que les taxes dans les conditions prévues par la loi.
- Toutes les factures devront être accompagnées des justificatifs de diffusion (supports de presse, relevés de passages, photos...), des justificatifs de prix, notamment les prix publics concernant les prestations à payer, y compris les factures des supports médias.
- Tout changement du numéro de compte doit faire l'objet d'un avenant.



**ARTICLE 18 : DELAIS DE PAIEMENT**

En application de l'article 78-2 de loi n°69-21 relative aux délais de paiement, le délai de règlement des paiements est fixé à **120 jours** au maximum à compter de la date de facturation.

Le prestataire doit impérativement établir une facture conformément aux dispositions de l'article 146 du Code Général des Impôts et des dispositions de l'article 78-2 de la Loi 69-21.

Tout dépôt non conforme à la réglementation sera considéré comme nul et non avenu.

Le règlement des prestations réalisées ne devient exigible qu'à la suite de la constatation du service fait et le dépôt des factures auprès du bureau d'ordre de l'Office, au plus tard à la fin du mois de constatation du service fait ou du PV de réception.

Tout retard ou défaut de dépôt de la facture est passible d'une amende équivalente à l'amende applicable au MO dans le cadre la loi n° 69-21 précitée.

**ARTICLE 19 : BREVETS**

Le titulaire garantira l'OFPPT, contre toute réclamation des tiers touchant à la contrefaçon ou à l'exploitation non autorisée d'un brevet, d'une marque commerciale ou des droits de création industrielle ou artistique résultant de l'emploi des documents ou d'un de leurs éléments objet du présent marché au MAROC.

**ARTICLE 20 : SOUS-TRAITANCE**

Si le titulaire envisage de recourir à la sous-traitance, il sera appliqué des dispositions de l'article 151 du décret n °2-22-431.

Il doit communiquer au Maître d'Ouvrage :

- L'identité, la raison ou la dénomination sociale, et l'adresse des sous- traitants ;
- Le dossier administratif des sous-traitants, ainsi que leurs références techniques et financières ;
- La nature des prestations et le montant des prestations qu'il envisage de sous-traiter ;
- Le pourcentage desdites prestations par rapport au montant du marché ;
- Une copie certifiée conforme du contrat de sous-traitance.

Les sous-traitants doivent satisfaire aux conditions requises des concurrents conformément à l'article 27 du décret n °2-22-431.

La sous-traitance ne peut en aucun cas dépasser cinquante pour cent (50%) du montant du marché ni porter sur le lot ou le corps d'état principal du marché.

**L'article 1 du Bordereau des prix détail estimatif ne peut faire l'objet de Sous-traitance.**

Le titulaire du marché est tenu, lorsqu'il envisage de sous-traiter une partie du marché, de la confier à des prestataires installés au Maroc et notamment les très petites, petites et moyennes entreprises y compris les jeunes entreprises innovantes, les coopératives, les unions coopératives et les auto entrepreneurs, conformément à l'article 151 du décret n °2-22-431 précité.

Le titulaire du marché est tenu de présenter au maître d'ouvrage les documents justifiant le paiement, par ses soins, des sommes dues au sous-traitant au fur à mesure de l'exécution des prestations sous-traitées.

Le titulaire du marché demeure personnellement responsable de toutes les obligations résultant du marché tant envers le maître d'ouvrage que vis-à-vis des ouvriers et des tiers. Le maître d'ouvrage ne se reconnaît aucun lien juridique avec les sous-traitants.

**ARTICLE 21 : DOMICILE DU TITULAIRE**

Le titulaire du marché est tenu d'élire domicile au Maroc. Les notifications du maître d'ouvrage sont valablement faites au domicile élu ou au siège social du titulaire mentionné dans l'acte d'engagement.



En cas de changement de domicile, le titulaire est tenu d'en aviser le maître d'ouvrage, par lettre recommandée avec accusé de réception, dans les quinze (15) jours suivant la date d'intervention de ce changement.

#### **ARTICLE 22 : VALIDITE DU MARCHÉ**

Le marché ne sera valable, définitif et exécutoire qu'après sa signature par l'autorité compétente de l'OFPPT ou par son délégataire dûment désigné et son visa par le Contrôleur d'Etat, lorsque ledit visa est requis.

#### **ARTICLE 23 : DELAI DE NOTIFICATION DE L'APPROBATION DU MARCHÉ**

L'approbation des marchés doit être notifiée à l'attributaire dans un délai maximum de **soixante (60) jours**, à compter de la date fixée pour l'ouverture des plis.

Les conditions de prorogation de ce délai sont fixées par les dispositions de l'article 143 du décret n°2-22-431 relatif aux marchés publics

#### **ARTICLE 24 : DELAI ET RETENUE DE GARANTIE**

Pour le présent marché il n'est prévu ni délai ni retenue de garantie.

#### **ARTICLE 25 : ASSURANCE ET RESPONSABILITES**

En application des dispositions de l'article 20 du CCAG-EMO, le titulaire doit souscrire, conformément à la législation et à la réglementation en vigueur, les polices d'assurances qui doivent couvrir les risques inhérents à l'exécution du présent marché.

#### **ARTICLE 26 : REGLEMENT DES CONTESTATIONS**

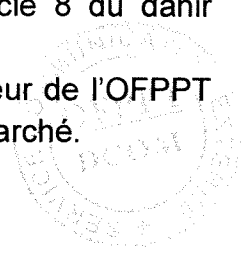
Si, en cours d'exécution du marché, des difficultés, différends ou litiges surviennent avec le maître d'ouvrage et le titulaire, ceux-ci s'engagent à les régler dans le cadre des stipulations des articles 52 à 55 du CCAG-EMO.

Lorsque ces litiges ne sont pas réglés conformément aux dispositions du premier alinéa du présent article, ils sont soumis aux tribunaux compétents.

#### **ARTICLE 27 : NANTISSEMENT**

Sous réserve de l'entrée en vigueur des dispositions de l'arrêté du ministre délégué auprès de la ministre de l'économie et des finances, chargé du budget n° 1692-23 du 4 hija 1444 (23 juin 2023) relatif à la dématérialisation des procédures, des documents et des pièces relatifs aux marchés publics, notamment son « Chapitre IX : Conditions et modalités de dématérialisation du nantissement des marchés publics », en cas de nantissement du marché, le Maître d'ouvrage remet au titulaire du marché, sur sa demande et contre récépissé, une copie du marché portant la mention « exemplaire unique » dûment signée et indiquant que ladite copie est délivrée en unique exemplaire destiné à former titre pour le nantissement du marché public, conformément aux dispositions du dahir n° 1-15-05 du 29 rabii II 1436 (19 février 2015) portant promulgation de la loi n° 112-13 relative au nantissement des marchés publics, étant précisé que :

- La liquidation des sommes dues par l'Office de la formation Professionnelle et de la Promotion du Travail en exécution du présent marché sera opérée par les soins du Directeur Général de l'OFPPT ou son délégataire.
- Le fonctionnaire chargé de fournir au titulaire du futur marché ainsi qu'à bénéficiaire des nantissemements ou subrogations les renseignements, qui ont été prévus à l'article 8 du dahir susvisé, est le Directeur Général de l'OFPPT ou son délégataire.
- Les paiements prévus au présent marché seront effectués par le Trésorier Payeur de l'OFPPT seul qualifié pour recevoir les significations des créanciers du titulaire du présent marché.





- Les frais de timbre et d'enregistrement de l'original du présent marché ainsi que de l'exemplaire unique sont à la charge du titulaire du marché.

#### **ARTICLE 28 : RESILIATION DU MARCHÉ**

La résiliation du marché peut être prononcée dans les conditions et modalités prévues par l'article 152 du décret n° 2-22-431 du 08/03/2023 relatif aux marchés publics et celles prévues aux articles 27 à 33 et 52 du CCAG-EMO.

La résiliation du marché ne fera pas obstacle à la mise en œuvre de l'action civile ou pénale qui pourrait être intentée au titulaire du marché en raison de ses fautes ou infractions.

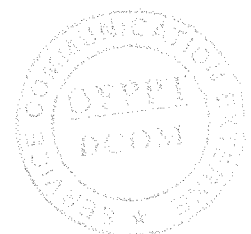
Si des actes frauduleux, des infractions réitérées aux conditions de travail ou des manquements graves aux engagements pris ont été relevés à la charge du prestataire de services, le ministre, sans préjudice des poursuites judiciaires et des sanctions dont le prestataire de services est passible, peut par décision motivée, prise après avis de la Commission des Marchés, l'exclure temporairement ou définitivement de la participation aux marchés de son administration.


#### **ARTICLE 29 : AVANCES**

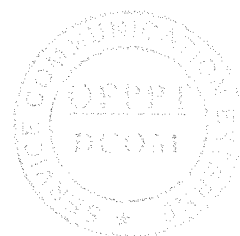
Conformément au décret n° 2-14-272 du 14 Rajab 1435 (14 Mai 2014) relatif aux avances en matière des marchés publics, le titulaire du marché a droit à une avance qui sera calculée par application de l'article 5 du décret susmentionné. Le taux de l'avance est fixé à 10% du montant du marché dans les conditions de l'article 2 et 5 du décret, Le titulaire du marché est tenu de constituer préalablement à l'octroi de l'avance, une caution personnelle et solidaire s'engageant avec lui à rembourser la totalité du montant des avances consenties par le maître d'ouvrage. La révision des prix n'est pas prise en compte dans le calcul du montant de l'avance. Les taux et les conditions de versement ne peuvent pas être modifié par avenant. Il ne peut être modifié même à l'occasion d'avenants ayant pour effet d'augmenter ou de diminuer le montant du marché. Le remboursement de cette avance sera effectué par déduction sur chaque acompte d'un montant égal à 25%, de manière que le remboursement de la totalité de l'avance soit opéré lorsque le montant des prestations exécutées aura atteint 80% du montant du marché. Si le marché ne donne pas lieu à versement d'acomptes et fait l'objet d'un seul règlement, l'avance est récupérée en une seule fois par précompte sur le règlement.

#### **ARTICLE 30 : PROMOTION DE L'EMPLOI LOCAL**

Un taux de recours à la main-d'œuvre locale est fixé à vingt pour cent (20%) de l'effectif requis pour la réalisation de prestations du présent marché de services. Il est entendu par « main d'œuvre locale » la main d'œuvre issue de la commune lieu d'exécution des prestations objet du marché ou, le cas échéant, de la préfecture ou de la province ou de la région.



LE CONCURRENT	LE MAITRE D'OUVRAGE
Lu et accepté	 FATIMA El Kamali Directrice Communication PI



## **CHAPITRE II : CLAUSES ET PRESCRIPTIONS TECHNIQUES :**

### **A : CONTEXTE GENERAL**

#### **1. Brève présentation des Cités des Métiers et des Compétences**

Depuis la présentation de la feuille de route pour le développement de la formation professionnelle devant sa Majesté le 04 avril 2019, l'OFPPT redouble ses efforts pour réinventer l'image de la formation professionnelle auprès des jeunes et du Grand public.

La création des Cités des Métiers et des Compétences représente le projet phare et grandiose de la nouvelle feuille de route. Etablissements de nouvelle génération, les Cités des métiers et compétences sont perçues comme des locomotives pour le développement de la formation professionnelle, à travers une offre de formation innovante et des infrastructures techniques et humaines qui favorisent un cadre de vie et d'apprentissage particulièrement adapté à la réussite.

Les CMC assurent une large palette de formations, qui offrent aux jeunes des compétences, favorisent leur employabilité et apportent des réponses proactives aux besoins des Entreprises :

- 34 000 places pédagogiques ;
- 12 CMC Régionales à travers le royaume ;
- 13 pôles métiers ;
- Plus de 170 filières ;
- Types de formation : formations diplômantes et formations qualifiantes.

#### **2. Objectifs de la stratégie de communication :**

La communication des CMC s'inscrit dans la dynamique et les orientations dictées par la feuille de route relative au développement de la formation professionnelle prévoyant une restructuration de l'offre de formation, qui doit être adaptée aux besoins des régions, avec de nouveaux secteurs porteurs, une modernisation du dispositif de formation, un capital humain valorisé et un rapprochement avec les régions et les entreprises.

La stratégie de communication se donne ainsi comme objectifs :

- Renforcer la notoriété des CMC auprès de la cible ;
- Mettre en valeur la panoplie d'offres de formation ;
- Augmenter le taux d'affluence des cibles concernées vers les CMC ;

#### **3. Objectifs de communication par cible**

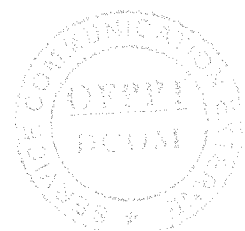
##### **3-1. Jeunes/particuliers :**

###### **a. Candidats :**

Valoriser la voie professionnelle et faire connaître l'étendue de l'offre de formation et la nouvelle dynamique des CMC.

###### **b. Stagiaires :**

- Communiquer autour des valeurs clés et donner à croire en l'avenir.



- Garder un contact permanent avec les stagiaires pour les informer et répondre à leurs besoins.
- Créer un lien émotionnel avec cette cible.

#### **c. Porteurs de projets :**

Valoriser l'entrepreneuriat et faire connaître les programmes des CMC destinés à cette cible.

#### **d. Lauréats :**

Valoriser la voie professionnelle et faire connaître la nouvelle dynamique des CMC.

### **3.2 Entreprises et Partenaires Economiques**

Instaurer une relation de proximité afin de favoriser une démarche participative pour une adaptation continue de l'offre de formation des CMC au marché de l'emploi.

### **3.3 Grand Public**

- Promouvoir l'image des CMC en tant que locomotive incontournable pour le développement de la formation professionnelle au niveau national et continental.
- Valoriser la voie professionnelle et faire connaître la nouvelle dynamique des CMC.

### **3.4 Institutionnels**

Faire valoir la contribution des CMC au développement économique et social du pays.

### **3.5 Capital Humain**

- Projeter l'ensemble du public interne dans la nouvelle dynamique des CMC et renforcer la fierté d'appartenance.
- Consolider la Marque Employeur.

### **3.6 Prescripteurs**

Faire des prescripteurs un relais de démultiplication fiable et régulier pour porter les 3 enjeux stratégiques de la communication :

- Le rayonnement de la nouvelle dynamique des CMC
- La valorisation de la voie professionnelle
- L'incitation des professionnels à une démarche participative



## **B : DESCRIPTIF DES PRESTATIONS**

### **1. Conception et exécution d'une campagne de communication**

A partir d'une réunion de brief, l'agence devra concevoir la campagne de communication selon une approche innovante en prenant en compte les objectifs assignés, les cibles de communication ainsi que la stratégie définie. Le plan de communication d'une campagne devra inclure :

- L'approche stratégique : parti-pris stratégique, copy-stratégie (promesse, preuve, bénéfice client, ton, message à véhiculer) ;

- L'approche créative : parti-pris créatif, concept créatif et sa déclinaison en actions de communication adaptées à chaque segment et/ou objectif, maquette créative du KV (achats d'arts inclus) ;
- L'approche de la planification médias ;
- L'approche brand content, éditoriale & influence ;
- Ou toute autre approche jugée pertinente et complémentaire en corrélation avec le concept global ;
- Le plan de diffusion ou de déploiement ;
- Le budget estimatif... (Y compris les achats d'arts).

En complément, le prestataire sera également amené dans le cadre de cette prestation à rédiger le contenu afférent à la campagne de communication selon les versions linguistiques fixées d'un commun accord avec l'OFPPT (textes, accroches, scripts, signatures, storytelling, ou tout autre contenu lié à la campagne).

Dans le cas où le prestataire propose une maquette créative nécessitant un shooting photo ou un tournage, ce dernier devra également assurer l'exécution des créations sources sur la base de(s) maquette(s) validée(s) par l'OFPPT incluant les visuels et textes définitifs.

La campagne de communication peut découler du plan d'actions de communication annuel préétabli ou être une opération ponctuelle non planifiée.

#### **Livrables :**

- *Le plan de communication de la campagne + Masters et fichiers sources sur clé USB ou disque dur.*

### **2. Conception et production d'un spot radio**

La prestation consiste en la recherche de concepts, rédaction de messages, enregistrements radio, location studio son, calage et mixage de son, recherche musicale, montage du message, honoraires voix Off : speakers (**un à deux speakers**).

Cette prestation peut découler d'une action de conception et d'exécution d'une campagne de communication ou être une opération ponctuelle.

#### **Livrables :**

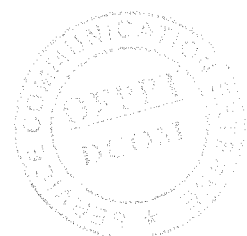
*Fichiers en MP3 sur clé USB ou disque dur.*

### **3. Déclinaison d'un spot radio dans une autre langue**

La prestation consiste en la traduction de messages, enregistrements radio, location studio son, calage et mixage de son, montage du message, honoraires voix Off : speakers (**un à deux speakers**), **à partir d'une version de base.**

#### **Livrables :**

*Fichiers en MP3 sur clé USB ou disque dur.*



#### **4. Conception de story Board et suivi de la production d'un spot TV publicitaire**

La prestation consiste en la recherche de concepts, rédactions de message, réalisations de story board ou mood board ainsi que la rédaction du brief production et des spécifications techniques et le suivi de réalisation (présence et suivi lors du processus de production : Pré-PPM, PPM, tournages, Post-prod...) du contenu vidéo (spot publicitaire, capsule publicitaire, etc.).

##### **Livrables :**

- Script et Story board ;
  - Spécifications techniques du spot ;
  - Rapport de suivi de production du spot ;
- Les documents doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

#### **5. Elaboration d'un media planning TV & radio**

L'OFPPT conclut des contrats en direct pour le compte des CMC avec les régies publicitaires ayant l'exclusivité de la commercialisation d'espaces publicitaires, notamment :

- La SNRT pour l'achat d'espaces sur Al Oula, Attaqafia, la Radio Nationale et Radio Mohammed VI ... ;
- La société REGIE 3 pour l'achat d'espace sur 2M TV, Radio 2M, MEDI 1 TV et MEDI 1 Radio... ;

Dans ce cadre, le prestataire devra élaborer, dans le cadre d'une campagne de communication, **un plan média global TV et radio** (incluant les différentes chaînes TV et les stations radio) et veiller à l'optimisation des investissements pour toutes les cibles concernées en tenant compte des objectifs de la campagne.

##### **Livrables :**

*Média planning TV & radio sur clé USB ou disque dur.*

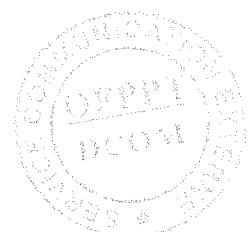
#### **6. Conception et exécution d'une version de base**

La prestation consiste en la conception créative et exécution des versions de base : propositions de concepts créatifs (key visuel, dépliants, affiches, banderoles, bâches, bannière animée ou statique, Template e-mailing, visuel créatif, etc), en plus de la recherche de concept, réalisation de maquettes, recherche typographique, rédaction des accroches et des textes, achat d'arts, scan, exécution et mise au net, retouches chromatiques et traitement visuel, et adaptation et mise au format du fichier.

Le prestataire devra présenter des pistes de réflexion concrètes de concepts créatifs.

##### **Livrables :**

*Fichiers sources exploitables et fichiers exécutés au format PDF HD, version web sur clé USB ou disque dur.*



## **7. Déclinaison de tout support à un autre support**

La prestation consiste aux déclinaisons créatives des concepts proposés selon une approche médias originale de tout support à un autre support (ex : Affiche à une banderole, Bannière), Format à un autre (ex : format A4 en format A1, Pop-up en interstitiel) ou version à une autre (ex : français en arabe) ou tout autre format demandé par l'OFPPT, en plus des retouches chromatiques et traitement de visuels, adaptation et mise au format du fichier.

### **Livrables :**

*Fichiers sources exploitables et fichiers exécutés au format PDF HD, version web sur clé USB ou disque dur.*

## **8. Conception et production de capsule en motion design**

Les CMC proposent aujourd'hui plus de 170 filières de formation. Les capsules motion design viendront en complémentarité aux moyens et supports de communication développés, avec un contenu pédagogique et didactique autour de l'offre de formation, des services offerts...

Format : capsules animées en motion design

Durée : 2 à 3 minutes environ

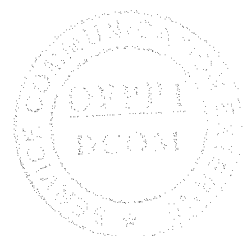
Version linguistique : VA ou VF (la version linguistique sera spécifiée au niveau du brief)

Le prestataire sera amené à effectuer les missions suivantes :

- Conception du storyboard graphique de la capsule ;
- Rédaction du script et des incrustations texte ;
- Proposition des castings de voix off ;
- Enregistrement voix off en studio ;
- Travaux de post production, animation 2D, mixage, habillage graphique, habillage sonore (version musicale, libre de tous droits et tous canaux confondus), infographie, incrustation, conversions vers les différents formats...et tous les travaux liés à la post-production.

Après un premier traitement des capsules, le prestataire présentera une première version à l'OFPPT, recueillera les remarques éventuelles de ce dernier afin de les intégrer dans les versions ultérieures jusqu'à la livraison finale des versions validées par l'OFPPT.

Référence : <https://url-shortener.me/65TR>





لحلم طريقه - التفاني المتخصص في إنتاج و جودة المبادرات

### **Livrables :**

Fichier du contenu produit en qualité HD et exploitable ainsi que les fichiers sources.  
Les fichiers doivent être livrés sur support magnétique.

### **9. Production de vidéos graphiques animées**

Le prestataire devra assurer la réalisation de vidéos animées (sans voix off), conformément au brief remis par l'OFPPT :

Durée : 1 à 2 min environ

Versions linguistiques : VF ou VA

Le prestataire sera amené à effectuer les missions suivantes :

- Conception des assets visuels graphiques ;
- Conception du storyboard de la capsule ;
- Rédaction des textes en image ;
- Animation graphique ;
- Travaux de post production, mixage, habillage graphique, habillage sonore (version musicale, libre de tous droits et tous canaux confondus), infographie, incrustation, conversions vers les différents formats...et tous les travaux liés à la post-production.

Après un premier traitement des vidéos, le prestataire présentera une première version à l'OFPPT, recueillera les remarques éventuelles de ce dernier afin de les intégrer dans les versions ultérieures jusqu'à la livraison finale des versions validées par l'OFPPT.

Référence : <https://url-shortener.me/65TX>







Découvrez en chiffres la Cité des Métiers et des Compétences Souss-Massa

**Livrables :**

*Fichier du contenu produit en qualité HD et exploitable ainsi que les fichiers sources. Les fichiers doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

**10. Remontage des vidéos**

Le prestataire sera chargé de retravailler les rushs vidéo fournis par l'équipe OFPPT, ainsi que dynamiser le rendu grâce à des effets visuels et un habillage sonore et graphique en respectant la charte graphique de la marque CMC et assurer la conversion du contenu produit vers les différents formats (Tiktok, bumper ad, tag 7 sec, écran led horizontale et verticale de 10 sec, format carré Instagram, format réel Instagram...)

Après un premier traitement des vidéos, le prestataire présentera une première version à l'OFPPT, recueillera les remarques éventuelles de ce dernier afin de les intégrer dans les versions ultérieures jusqu'à la livraison finale des versions validées par l'OFPPT.

**Livrables :**

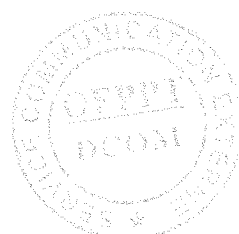
*Fichier du contenu produit en qualité HD et exploitable ainsi que les fichiers sources. Les fichiers doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

**11. Déclinaison linguistique d'une capsule existante avec voix off :**

A partir d'un contenu vidéo remis par l'OFPPT, le prestataire doit assurer la déclinaison linguistique de la capsule, en termes d'images et de voix.

Le prestataire sera amené à effectuer les missions suivantes :

- Traduction/Adaptation des textes en images et en voix ;
- Proposition de castings de voix off ;
- Enregistrement voix off ;



- Travaux de post production mixage, habillage graphique, habillage sonore (version musicale, libre de tous droits et tous canaux confondus), infographie, incrustation, conversions vers les différents formats...et tous les travaux liés à la post-production.

**Livrables :**

*Fichier du contenu produit en qualité HD et exploitable ainsi que les fichiers sources. Les fichiers doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

**12. Déclinaison linguistique d'une capsule existante sans voix off :**

A partir d'un contenu vidéo remis par l'OFPPT, le prestataire doit assurer la déclinaison linguistique de la capsule, en termes d'images.

Le prestataire sera amené à effectuer les missions suivantes :

- Traduction/Adaptation des textes en images ;
- Travaux de post production mixage, habillage graphique, habillage sonore (version musicale, libre de tous droits et tous canaux confondus), infographie, incrustation, conversions vers les différents formats...et tous les travaux liés à la post-production.

**Livrables :**

*Fichier du contenu produit en qualité HD et exploitable ainsi que les fichiers sources. Les fichiers doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

**13. Création de landing page (1 seule page globale)****a) Réalisation de la maquette**

A partir du brief communiqué par l'OFPPT ou en complémentarité avec le plan de communication d'une campagne de communication digitale, le titulaire sera amené à avancer sur la réalisation d'une maquette. Le design de la maquette doit faire l'objet d'une optimisation étudiée pour stimuler la conversion tout assurant une cohérence graphique avec l'ensemble des supports de l'écosystème digital des CMC.

**b) Développement de l'interface Front End/ Back End**

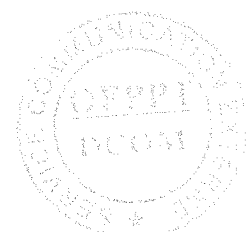
Dès validation de la maquette, le prestataire devrait avancer sur le développement et l'intégration HTML de la landing page.

L'intégration doit être entièrement optimisée à l'ensemble des devices (Desktop, tablettes et mobiles).

**c) Recette et mise en production**

Après réalisation des tests du bon fonctionnement de la LP, Le titulaire procédera par la suite à son déploiement sur l'environnement de production.

- Paramètres généraux :
  - Multilingue.
  - Responsive et plus particulièrement mobile first.



- Performance : les différentes LP doivent répondre à un niveau d'exigence élevé en termes de performance, en assurant une haute disponibilité continue.
  - Temps de réponse optimal.
  - Compatibilité avec les navigateurs les plus utilisés.
  - Sécurité.
- Hébergement et réservation des noms de domaine : assurés par le prestataire pendant une durée de 6 mois.
  - Outils de statistiques : Installation et configuration d'un dispositif d'analyse et de suivi d'audience de la LP.
  - Le titulaire s'engage à effectuer les interventions correctives nécessaires afin de garantir le bon fonctionnement de la landing page durant toute la période de sa mise en ligne.

**Livrables :**

- Fichiers sources des maquettes.
- Code source commenté.

**14. Elaboration de la stratégie sociale media**

Le prestataire sera amené à effectuer une analyse complète et détaillée de la présence de la marque CMC sur les médias sociaux. Ensuite et sur la base des benchmarks, sur le plan national et international, des tendances actuelles, et des objectifs de communication, à fournir une proposition élaborée de stratégie social media, qui soit actionnée, mesurable et réajustée si nécessaire.

Le prestataire est tenu de fournir une recommandation relative à la présence de la marque CMC sur de nouveaux canaux en mettant en œuvre une ligne éditoriale claire et en phase avec ses cibles.

**Livrables**

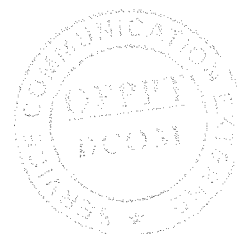
*Stratégie social media livrée sur clé USB ou disque dur.*

**15. Assistance à la gestion et à la modération des médias sociaux**

Le prestataire doit procéder à la gestion des médias sociaux des CMC et entamer les démarches de vérification des comptes actuels ainsi que la création des comptes sur de nouvelles plateformes et au développement d'une planification éditoriale pour l'ensemble des réseaux sociaux.

Le prestataire doit assurer la modération active des espaces sociaux (commentaires, messages...) et respecter un délai maximal de réponse de 2h ouvrables en se référant à la FAQ validée et mettre à jour, en collaboration avec l'OFPPT, le référentiel de questions FAQ (déjà établi par l'OFPPT).

Le prestataire doit proposer une solution technique assurant la publication des posts, la gestion de la modération ainsi que le reporting.



Le prestataire doit assurer une veille permanente sur les pages non officielles créées au nom des CMC et entreprendre le processus pour les supprimer. Il doit également procéder à la vérification des comptes des CMC ainsi que définir et mettre en place une méthodologie pour leur gestion ou éventuellement leur fusion/suppression.

### **Livrables**

- *Planning éditorial mensuel.*
- *Rapport mensuel et bilan annuel d'activités sur les réseaux sociaux.*
- *Méthodologie et rapport de gestion des pages non officielles créées au nom des CMC.*

*Les fichiers doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

## **16. Production des contenus visuels et éditoriaux**

Selon le planning éditorial validé, ou au besoin, le prestataire devra assurer la création de visuels et leur adaptation aux spécificités techniques de chaque réseau social ainsi que la rédaction des textes d'accompagnement en langues arabe, française et/ou anglaise.

### **Livrables**

- *Fichier exécutable et fichier source sur clé USB ou disque dur.*

## **17. Production de formats Rich media pour les réseaux sociaux**

L'agence doit produire, selon les besoins de l'OFPPT, des formats Rich media destinés à enrichir la présence de la marque CMC sur les réseaux sociaux (Micro-vidéo (45s), GIF animés, Carrousels, Infographies...) et leur adaptation aux spécificités techniques de chaque réseau social.

### **Livrables**

- *Fichier du contenu produit en qualité HD et exploitable ainsi que les fichiers sources. Les fichiers doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

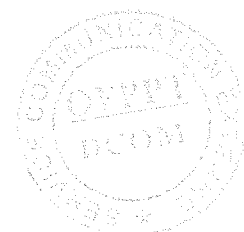
## **18. Suivi de l'E-réputation**

### **a) Elaboration d'un rapport initial**

Le prestataire devra élaborer un rapport initial afin de diagnostiquer les problématiques E-réputation des CMC et proposer les actions à mettre en place suivant les résultats du rapport. Le prestataire devra également préparer un plan d'anticipation de crise.

### **b) Veille E-réputation**

L'agence aura pour mission de mettre en place une veille permanente automatisée donnant lieu à une collecte de données et d'informations de manière exhaustive. Cette veille a pour objectif de déclencher une alerte immédiate en temps réel, d'investiguer une situation à risque et synthétiser les enjeux, ainsi que d'assurer un suivi quotidien de l'e-réputation.



### c) Elaboration d'un rapport de synthèse mensuel

Un rapport de synthèse devra être produit et envoyé à l'OFPPT. A fréquence mensuel, ce rapport devra ressortir les faits marquants du mois et mesurer l'évolution des citations de la marque CMC et de la tonalité.

#### Livrables

- Rapport initial de l'e-réputation
- Rapport de synthèse mensuel de l'e-réputation.

*Les documents doivent être livrés sur clé USB ou disque dur.*

### **19. Achat média**

Après la réception de la lettre de commande de la part de l'OFPPT, l'Agence retenue assurera les missions suivantes :

#### **A) Achat d'espace Media :**

##### **Planification :**

- A partir d'une réunion de brief, le prestataire devra élaborer une recommandation média / campagne publicitaire : mix média, planification média, volume d'investissements à allouer / support... ;
- Elaborer le media planning pour chaque campagne, achat classique et /ou pack média, en précisant les KPIs correspondants, et les soumettre à la validation de l'OFPPT ;
- Pour le canal média digital, le prestataire devra tenir compte des précisions suivantes :
- Mentionner les audiences visiteurs, visiteurs uniques sur les sites premiums ou tout autre KPI jugé pertinent.
- Le prestataire devra proposer des formats et supports engageants : Rich Média, IAB, In Read, Pop-up, Habillage, Bannière dynamique, contenu sponsorisé, brand content, native Ads, annonces textuelles, réseaux sociaux, etc. Il devra également préciser les volumes dans le plan média digital (distinguer entre impressions, vues, interaction, clics, leads...). Le prestataire devra également autoriser les accès à l'équipe OFPPT des Adserver et de l'Ad tracking et remettre un rapport de mise ligne 48H après le airing de la campagne.

##### **Négociation et Achat d'Espace :**

- Négocier auprès des différents supports les meilleurs dégressifs et optimiser le budget d'achat d'espace pour le compte des CMC, le prestataire doit tenir compte des dégressifs accordés à l'OFPPT et négocier des dégressifs plus intéressants ;
- Négocier auprès des différents supports, les emplacements de rigueur et optimiser le budget d'achat d'espace pour le compte des CMC.
- La commande et le paiement de la diffusion des médias planning pour le compte des CMC auprès des supports concernés sur la base des conditions générales et tarifs arrêtés par chaque support, en prenant en considération les dégressifs et abattements accordés à l'OFPPT et/ou à négocier par l'agence.



**B) Adaptation du contenu publicitaire :**

- La déclinaison des créations selon les formats prévus et la duplication sur des supports adaptés pour les remettre aux médias concernés par les commandes de diffusion. Cette opération doit respecter les normes qualitatives de déclinaison et de duplication et les besoins quantitatifs de diffusion pour couvrir les différents supports de diffusion.

**C) Gestion et suivi de diffusion de la campagne :**

- Le prestataire devra effectuer un suivi du déploiement des campagnes CMC.
- Le maintien d'une pige pour s'assurer de l'exécution stricte des commandes passées aux différents supports.
- L'information de l'OFPPT de tout changement éventuel quant à l'exécution des commandes de diffusion et de demander l'accord préalable de l'OFPPT, pour tout nouveau changement ou nouvelle programmation.
- Mise en place d'outils de mesures des performances des différentes campagnes : pour assurer le suivi de la campagne, des reportings devront être produits par l'agence. Ce dernier doit être actualisé et envoyé de manière hebdomadaire à l'OFPPT et devra intégrer le suivi des performances, un état d'avancement de la campagne ainsi que des recommandations.

**Suivi Quantitatif :**

- Contrôle quotidien des passages radios et des insertions publicitaires presse, et des mises en ligne ;
- Contrôle hebdomadaire de la pose des affiches (état général du visuel, propreté du site, éclairage, etc...) ;
- Suivi de la performance des campagnes afin de s'assurer que les objectifs assignés dans le brief soient atteints. En cas d'écart, des mesures correctives doivent être mises en place.

**Suivi Qualitatif :**

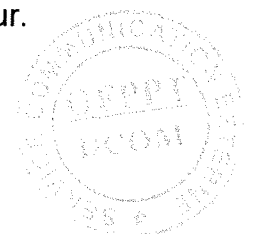
- Evolution des audiences ;
- Qualité/maintenance des panneaux ;
- Suivi des parutions presse ;
- Suivi des parutions et contrôle des articles et des contenus avoisinants les bannières simultanément affichées avec notre campagne 'brand safety'.

**Déploiement des outils de suivi et de mesure de la performance pour le canal digital :**

- Déploiement des outils d'Ad-serving et Ad-tracking.
- Mise en Place et Suivi des Tags :

Le prestataire doit mettre en place un système complet de suivi et de mesure des performances de la campagne en ligne, comprenant :

- **Plan de taggage détaillé :** Fournir un plan complet avant le début de la campagne, précisant les types de tags, leurs emplacements sur les pages du site web, les objectifs de chaque tag, et la structure de l'entonnoir de conversion.
- **Mise en place des tags de suivi :** Implémenter les tags sur les pages clés du site web et configurer l'outil d'analyse pour un suivi avancé de l'entonnoir de conversion, permettant une analyse approfondie du parcours utilisateur.



- **Support technique** : Offrir un support continu pour assurer le bon fonctionnement des tags, résoudre les problèmes techniques et effectuer des ajustements si nécessaires.

**D) Recommandations/actions correctives :**

Dès le lancement de la campagne, le prestataire devra être réactif et force de propositions. Il sera amené à faire du test and learn en continu afin de pouvoir réajuster la campagne en permanence en fonction des résultats obtenus.

Pour ce faire, un reporting actualisé doit être envoyé de manière hebdomadaire à l'OFPPT, il doit intégrer le suivi des performances, un état d'avancement de la campagne ainsi que les recommandations pour optimiser la campagne publicitaire jusqu'à obtention des résultats attendus.

**N.B : la commission agence doit inclure l'ensemble des prestations précitées [A-B-C-D]**

**Montant des achats médias :**

Le montant des achats médias, de l'ordre d'un **1 Dh HT** dégressifs OFPPT compris, est donné à titre indicatif comme unité de mesure.

Le prix proposé par le concurrent pour l'achat media pour un budget de **1 Dh HT**, dégressifs OFPPT compris est de **1 DH+/-X Dhs**.

Exemple : si l'agence propose une commission de +/-X Dh, le prix unitaire HT à indiquer est de 1 DH +/- X Dh.

**Après déduction de la commission accordée par le support à l'agence, la commission sera payée en fonction du montant de l'achat d'espace réellement réalisé, dégressifs OFPPT compris.**

**Les frais facturés pour les annonces radiophoniques doivent inclure les frais de l'audimétrie.**

**Livrables :**

- *Un média planning cacheté & signé ;*
- *Les justificatifs de diffusion ;*
- *Les déclinaisons par support ;*
- *Les factures des supports médiatiques.*

*Les fichiers doivent être livrés sur Clé USB ou disque dur.*

**C : ORGANISATION DES RESSOURCES ET GESTION DE PROJET**

L'agence devra mobiliser les effectifs nécessaires et suffisants pour assurer la gestion efficace des prestations selon les domaines d'intervention à savoir les équipes stratégique, artistique et créative, médiaplanning, rédaction de contenu éditorial, les exécutions, la coordination, le suivi de production et la facturation...

Chaque équipe doit être gérée par un responsable, qui sera en charge du suivi quotidien des travaux, du respect des timings, de l'application des validations, de l'exécution des travaux et de leur livraison et du suivi de la production.



## **I. L'équipe du prestataire :**

L'équipe à mobiliser pour la réalisation des prestations objet du marché qui découlera du présent appel d'offres devra comporter parmi ses membres les compétences techniques, artistiques et pratiques requises, notamment :

- Un directeur de clientèle (Interlocuteur principal)
- Un directeur de création
- Un directeur stratégique
- Un directeur artistique
- Un concepteur rédacteur arabophone
- Un concepteur rédacteur francophone
- Un média planeur
- Un Traffic manager
- Un développeur web
- Un motion designer
- Un web designer
- Un planer stratégique
- Un Social média Manager
- Un Community Manager
- Un e-réputation manager
- Un account manager
- Un infographiste

**Le soumissionnaire est tenu de présenter les CV de l'équipe proposée dûment signés par les intéressés.**

Pour mener à bien les différentes phases, l'équipe d'intervention mise en place sera dirigée par le directeur de clientèle. Il assurera la supervision de l'exécution du marché, ainsi que la direction des travaux de l'équipe de l'agence, tout au long de l'exécution du marché.

Les membres de l'équipe permanente de l'agence intervenant sur la mission s'engagent à exécuter leurs travaux dans les règles de l'art, selon les normes et standards professionnels les plus élevés.

Sauf dans le cas où le maître d'œuvre en aura décidé autrement, aucun changement ne sera apporté au personnel clé composant l'équipe proposée par l'agence pour l'accomplissement de la mission qui lui est confiée.

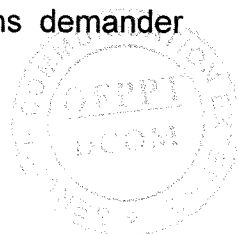
Si, pour des raisons indépendantes de la volonté de l'OFPPT, il s'avère nécessaire de remplacer un des membres clés du personnel, l'agence doit le remplacer dans un délai d'une semaine au plus tard par une personne de qualification égale ou supérieure (CV à l'appui) et le soumettra à l'approbation préalable du maître d'œuvre.

L'OFPPT a le droit de demander toute information ou justificatif sur les intervenants.

### **Propriété légale des résultats :**

Les résultats de l'activité de l'agence retenue, ainsi que les idées, les textes, les maquettes, les photos, les films sont considérés comme un acquis de l'OFPPT, qui en deviendra le propriétaire exclusif.

Sous cette réserve, l'OFPPT aura la capacité de les utiliser intégralement ou partiellement sans aucune limitation ni intervention de l'agence, et sans demander aucune autorisation, ni verser des rémunérations à l'agence retenue.





## **II. Autres obligations de l'agence :**

L'Agence retenue s'engage à se conformer aux obligations suivantes :

- Disponibilité ;
- Pérennité de l'équipe dédiée à l'OFPPT ;
- Recrutement de profils ponctuels aux besoins ;
- L'utilisation des moyens techniques et technologiques les plus performants pour l'élaboration, l'optimisation et le suivi des médiaplannings ;
- Les livrables sont à déposer au siège de l'OFPPT.



**BORDEREAU DES PRIX – DETAIL ESTIMATIF**

**Objet :** Assistance en communication et achat media pour le compte des Cités des Métiers et des Compétences.

Art	Désignation des Prestations	Unité de mesure	Quantité (1)	Prix unitaire HT en chiffres (2)	Prix HT en chiffres (3)=(1)*(2)
1	Conception et exécution d'une campagne de communication	U	2		
2	Conception et production de spot radio (1 à 2 speakers)	U	2		
3	Déclinaison d'un spot radio dans une autre langue (1 à 2 speakers)	U	2		
4	Conception de story Board et suivi de la production d'un spot TV	U	1		
5	Elaboration d'un media planning TV et Radio	U	2		
6	Conception et exécution d'une version de base	U	20		
7	Déclinaison de tout support à un autre support	U	30		
8	Conception et production de capsule en motion design	U	3		
9	Production de vidéos graphiques animées	U	3		
10	Remontage des vidéos	U	3		
11	Déclinaison linguistique d'une capsule existante avec voix off	U	3		
12	Déclinaison linguistique d'une capsule existante sans voix off	U	3		
13	Création de landing page (1 seule page globale)	U	1		
14	Elaboration de la stratégie social media	U	1		
15	Assistance à la gestion et à la modération des médias sociaux	Forfait mensuel	12		
16	Production des contenus visuels et éditoriaux	U	200		
17	Production des formats Rich media pour les réseaux sociaux	U	30		
18	Suivi de l'E-réputation	Forfait mensuel	12		
19	Achat média pour un budget de 1dh Hors taxes dégressifs OFPPT compris*	1	2.000.000		
<b>Montant total Hors taxes</b>					
<b>Taxes sur la valeur ajoutée (Taux 20%)</b>					
<b>Montant total Toutes Taxes Comprises</b>					

Fait à.....le .....

**Signature et cachet du (concurrent)**

\*Le prix à servir au niveau de (2) correspond au prix proposé par le concurrent pour l'achat média pour un budget de 1 DH HT, dégressifs OFPPT compris.

Exemple : si l'agence propose une commission de +/- X DHs, le prix unitaire HT à indiquer au niveau de (3) est de 1DH+/-X DH.

**La commission sera payée en fonction du montant de l'achat média réellement réalisé, dégressifs OFPPT compris.**



---

## Annexes

---



## Brief 1 - Capsule Motion Design

Il s'agit de la production d'une capsule avec un contenu pédagogique et didactique autour de la filière qualifiante « COMMUNITY MANAGER », afin de permettre aux jeunes d'avoir une connaissance plus élargie sur ce métier et sur les voies de formation à emprunter pour y accéder.

### Description générale du métier :

Le Community manager est un professionnel chargé d'alimenter le site Internet de l'entreprise, les réseaux sociaux et blogs de contenus éditoriaux, d'animer les échanges entre internautes (les communautés) afin de développer l'image et la notoriété de sa société sur le web.

### Compétences visées :

A l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de :

- Exploiter les techniques de base du marketing digital ;
- Réaliser une gestion de projet adaptée ;
- Concevoir un projet de communication sur les médias sociaux ;
- Exploiter différents logiciels du Community management ;
- Rédiger des contenus ;
- Animer la communauté ;
- Superviser l'e-réputation de la marque ;
- Mettre en place une campagne publicitaire en ligne.

### Conditions d'admission :

- BAC +2 en économie, commerce, marketing, sciences ou techniques ou niveau BAC avec 3 ans d'expériences professionnelles dans le domaine.

### Durée de la formation :

9 mois

### Perspectives professionnelles :

- Le Community manager peut évoluer dans plusieurs domaines, notamment la publicité ou encore l'e-commerce. À terme, il/elle peut prétendre à des fonctions de chef de projet en communication numérique ou tout autre poste à responsabilités dans les médias sociaux.
- Version linguistique : VA
- Durée : 2 à 3 minutes environ

## Brief 2 -- Conception d'un visuel format banderole pour le concours d'art culinaire « TYAB BLADNA ».

Dans le cadre du lancement du concours annuel d'art culinaire « TYAB BLADNA », l'OFPPT souhaite concevoir un visuel accrocheur pour un roll-up afin de promouvoir cet événement phare.



Ce concours vise à encourager les jeunes stagiaires de 2ème année de la filière « Cuisine » à développer leur esprit de créativité, à surprendre, et à démontrer leur ingéniosité et leur maîtrise technique devant un jury d'experts reconnus.

Cet événement est non seulement une compétition, mais aussi un moment privilégié de partage et d'échanges entre les participants et les membres du jury. Les moments de concours sont toujours très intenses et riches en apprentissage, favorisant l'épanouissement professionnel et personnel des stagiaires.

**Informations clés à inclure dans le visuel :**

- **Nom de l'événement :** 5<sup>ème</sup> édition du concours d'art culinaire « TYAB BLADNA »
- **Date et période :** du 10 au 18 mai 2025
- **Lieu :** CMC Rabat-Salé-Kénitra
- **Thème :** « De la Ferme à l'Assiette »
- **Objectif :** Inciter les stagiaires à la participation en soulignant l'opportunité de se challenger, de surprendre, et d'apprendre des experts
- **Visuel :** Accrocheur et dynamique, respectant la charte graphique et le code couleurs de la marque CMC

**Brief 3 -- Conception d'une annonce presse relative à la formation dans les métiers de la pêche**

Pour répondre aux besoins du marché du travail en compétences qualifiées, les Cités des Métiers et des Compétences (CMC) proposent une offre de formation couvrant 13 pôles métiers. Cette offre de formation est riche et spécialisée, alignée avec les exigences des métiers de la pêche, incluant la maintenance de la mécanique des navires de pêche et des instruments électro-navals, l'aquaculture....

Dans le cadre du lancement d'un dossier spécial de presse autour des métiers de la pêche, les CMC souhaitent y participer à travers une insertion publicitaire. L'objectif est de positionner les CMC comme une marque agile qui s'adapte aux besoins des professionnels en proposant des formations adaptées à leurs besoins actuels et futurs, en parfait alignement avec les priorités sectorielles et régionales du pays.

L'offre de formation comprend :  
+ 4 formations diplômantes  
+ 5 formations qualifiantes

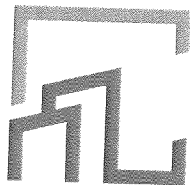
Le prestataire doit concevoir une annonce presse incluant un **visuel**, une **body presse** et une **accroche publicitaire**.

**Call to action :** Tracez votre parcours professionnel dès maintenant sur [www.myway.ac.ma](http://www.myway.ac.ma)



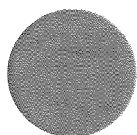
**Charte créative :**

- Logo HD : <https://bit.ly/3SmzD8o>

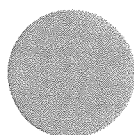


مدن المهن والكفاءات  
 ١٤٤٨ هـ / ٢٠٢٦ م  
 Cités des métiers et des compétences

- Codes couleurs susceptibles d'être utilisées comme principales :



BLEU / RÉFÉRENCES COULEURS :  
 Pantone : 631 C  
 C : 70 / M : 12 / J : 21 / N : 0  
 R : 61 / V : 171 / B : 196  
 3#DABC4



GRIS / RÉFÉRENCES COULEURS :  
 Pantone : Cool Gray 5 C  
 C : 0 / M : 0 / J : 0 / N : 40  
 R : 178 / V : 178 / B : 178  
 #B2B2B2

- Autres couleurs secondaires :



JAUNE  
 RÉFÉRENCES :  
 Pantone : 458 C  
 C : 12 / M : 22 / J : 80 / N : 0  
 R : 231 / V : 195 / B : 71



ORANGE/CORAIL  
 RÉFÉRENCES :  
 Pantone : 1645 C  
 C : 0 / M : 66 / J : 67 / N : 0  
 R : 238 / V : 114 / B : 82



ROUGE/FRAMBOISE  
 RÉFÉRENCES :  
 Pantone : 7647 C  
 C : 30 / M : 86 / J : 23 / N : 8  
 R : 175 / V : 60 / B : 115



MAUVE/LAVANDE  
 RÉFÉRENCES :  
 Pantone : 7440 C  
 C : 40 / M : 60 / J : 10 / N : 0  
 R : 168 / V : 119 / B : 1676



VERT/TILLEUL  
 RÉFÉRENCES :  
 Pantone : 359 C  
 C : 40 / M : 4 / J : 56 / N : 0  
 R : 170 / V : 203 / B : 139

- Pictogramme / couleur métiers du Digital & IA : <https://bit.ly/3WBvos1>



Digital &amp; IA



Digital &amp; IA



Digital &amp; IA

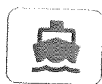


Digital &amp; IA

- Pictogramme / couleur métiers de la pêche : <https://bit.ly/3WBvos1>



Pêche



Pêche



Pêche



Pêche

