

ROYAUME DU MAROC

__**_**_**

OFFICE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE
ET DE LA PROMOTION DU TRAVAIL

AVIS D'APPEL D'OFFRES OUVERT INTERNATIONAL N° 129/2024

Le **19 Décembre 2024 à 10 heures**, il sera procédé, dans les bureaux de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail, sis à : Intersection de la Route BO n° 50 et la R.N.11 (Route Nouaceur Sidi Maârouf) - Casablanca, à l'ouverture des plis relatifs à l'appel d'offres international sur offres de prix n° 129/2024, pour : **l'Assistance en communication et Achat media pour le compte des Cités des Métiers et des Compétences.**

Le dossier d'appel d'offres doit être téléchargé à partir du portail des marchés publics accessible à l'adresse www.marchéspublics.gov.ma.

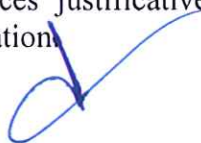
L'estimation du coût des prestations établie par le Maître d'ouvrage est fixée à la somme de **cinq millions huit cent quatre-vingt-treize mille huit cents Dirhams (5 893 800.00) en TTC.**

Le cautionnement provisoire est fixé à la somme de **soixante mille Dirhams (60 000.00 DH).**

Le contenu, la présentation ainsi que le dépôt des dossiers des concurrents doivent être conformes aux dispositions des articles 30 à 34 du décret relatif aux marchés publics.

Les concurrents doivent déposer leurs dossiers par voie électronique dans le portail des marchés publics accessible à l'adresse www.marchespublics.gov.ma

Les pièces justificatives à fournir sont celles prévues par l'article n°5 du Règlement de consultation.



Ut

المملكة المغربية
مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل
إعلان عن طلب عروض أثمان مفتوح دولي
رقم 2024/129

في 19 دجنبر 2024 على الساعة العاشرة صباحا، سيتم في مكتب الإدارة العامة لمكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل الكائن بملتقى طريق BO. 50 والطريق الوطنية رقم 11 (طريق النواصر – سيدي معروف) - الدار البيضاء، فتح الأظرفة المتعلقة بطلب عروض الأثمان المفتوح الدولي رقم 129/2024، لأجل المساعدة في الاتصالات وشراء وسائل إعلامية لأجل مدن المهن والكفاءات.

يوجب سحب ملف طلب العروض إلكترونيا من بوابة صفقات الدولة من العنوان الإلكتروني www.marchespublics.gov.ma

تبلغ الكلفة التقديرية للأعمال المحددة من طرف صاحب المشروع خمسة ملايين وثمانمائة وثلاثة وتسعون ألفا وثمانمائة درهم (5 893 800,00) مع احتساب جميع الرسوم.

تبلغ الضمانة المؤقتة ستون ألف (60 000,00) درهم.

يجب أن يكون كل من محتوى وتقديم ملفات المتنافسين مطابقين لمقتضيات البنود من 30 إلى 34 من المرسوم المنظم للصفقات العمومية.

ويجب على المتنافسين أن يرسلوا أظرفتهم إلكترونيا في بوابة الصفقات العمومية من العنوان الإلكتروني www.marchespublics.gov.ma.

إن الوثائق المثبتة الواجب الإدلاء بها هي تلك المقررة في المادة 5 من نظام الإستشارة



مكتب التكوين المهني و إنعاش الشغل
Office de la Formation Professionnelle
et de la Promotion du Travail

Dossier d'Appel D'Offres International Ouvert sur offres de prix N° ١٢٩ / 2024

**Financement :
Projet de l'OFPPT et hors Coopération**

**ASSISTANCE EN COMMUNICATION ET ACHAT MEDIA
POUR LE COMPTE DES CITES DES METIERS ET DES
COMPETENCES**

LOT UNIQUE



AS

REGLEMENT DE CONSULTATION

ARTICLE N°1 : OBJET DU REGLEMENT DE CONSULTATION

Le présent règlement de consultation concerne l'appel d'offres ouvert sur offres des prix ayant pour objet : Assistance en communication et achat media pour le compte des Cités des Métiers et des Compétences.

Il est établi en vertu des dispositions de l'article 21, du décret N°2-22-431 du 15 chaabane 1444 (8 mars 2023) relatif aux marchés publics.

Les prescriptions du présent règlement ne peuvent en aucune manière déroger ou modifier les conditions et les formes prévues par le décret sus cité. Toute disposition contraire à ce décret est nulle et non avenue.

ARTICLE N°2 : MAITRE D'OUVRAGE

Le maître d'ouvrages du marché qui sera passé suite au présent appel d'offres est : **l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT).**

ARTICLE N°3: CONDITIONS REQUISES DES CONCURRENTS

Conformément aux dispositions de l'article n°27 du décret n° 2-22-431 précité :

Peuvent valablement participer et être attributaire(s) de(s) marché(s) afférent(s) au présent appel d'offres, les personnes physiques ou morales, qui :

- a) Justifient des capacités juridiques, techniques et financières requises ;
- b) Sont en situation fiscale régulière, pour avoir souscrit leurs déclarations et réglé les sommes exigibles dûment définitives ou, à défaut de règlement, constitué des garanties jugées suffisantes par le comptable chargé du recouvrement, et ce conformément à la législation en vigueur en matière de recouvrement ;
- c) Sont affiliées à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale ou à un régime particulier de prévoyance sociale, et souscrivent de manière régulière leurs déclarations de salaires et sont en situation régulière auprès de ces organismes ;
- d) Exercent l'une des activités en rapport avec l'objet du marché.

Ne sont pas admises à participer aux appels d'offres :

- Les personnes en liquidation judiciaire ;
- Les personnes en redressement judiciaire, sauf autorisation spéciale délivrée par l'autorité judiciaire compétente ;
- Les personnes ayant fait l'objet d'une exclusion temporaire ou définitive prises conformément aux dispositions de l'article n°152 du décret n° 2-22-431 précité ;
- Les personnes qui représentent plus d'un concurrent dans une même procédure de passation de marchés.

ARTICLE N°4 : JUSTIFICATION DES CAPACITES ET DES QUALITES DES CONCURRENTS

Conformément aux dispositions de l'article 28 du décret 2-22-431 précité, Chaque concurrent est tenu de présenter un dossier administratif et un dossier technique.



A- Le dossier administratif comprend :**1. Pour chaque concurrent, au moment de la présentation des offres :**

- a) Une déclaration sur l'honneur, en un exemplaire unique, établie conformément au modèle joint en annexe.
- b) L'original du récépissé du cautionnement provisoire ou l'attestation de la caution personnelle et solidaire en tenant lieu, le cas échéant. En cas de groupement, le cautionnement provisoire doit être constitué conformément aux dispositions du § C de l'article n°150 du décret n°2-22-431

+ Les cautions personnelles et solidaires doivent être choisies parmi les établissements agréés à cet effet par le ministre chargé des finances Marocain (pour les concurrents étrangers, ces cautions personnelles et solidaires doivent être avalisées par une banque marocaine).

+ Les pièces a et b ne doivent exprimer aucune restriction ou réserve sous peine d'être rejetées par la commission d'appel d'offres.

En cas de groupement, le cautionnement provisoire peut être souscrit sous l'une des formes suivantes :

- i) Au nom collectif du groupement ;
- ii) Par un ou plusieurs membres du groupement pour la totalité du cautionnement ;
- iii) En partie par chaque membre du groupement de telle sorte que le montant du cautionnement soit souscrit en totalité.

Dans les cas prévus aux ii) et iii) ci-dessus, le récépissé du cautionnement provisoire ou l'attestation de la caution personnelle et solidaire en tenant lieu doivent préciser qu'ils sont délivrés dans le cadre d'un groupement et, en cas de défaillance du groupement, quel que soit le membre défaillant.;

d) la convention constitutive du groupement prévue à l'article 150 du décret n°2-22-431 relatif aux marchés publics ou sa copie certifiée conforme, lorsque le concurrent est un groupement.

2 – Pour le concurrent auquel il est envisagé d'attribuer le marché dans les conditions fixées à l'article 43 du décret n°2-22-431 relatif aux marchés publics :

a) une attestation ou sa copie certifiée conforme à l'original délivrée depuis moins d'un an par le percepteur du lieu d'imposition certifiant que le concurrent est en situation fiscale régulière ou à défaut de paiement qu'il a constitué les garanties tel que prévu à l'article 27 du décret n°2-22-431 relatif aux marchés publics. Cette attestation doit mentionner l'activité au titre de laquelle le concurrent est imposé.

b) une attestation ou sa copie certifiée conforme à l'original délivrée depuis moins d'un an par la Caisse nationale de sécurité sociale ou par tout autre organisme de prévoyance sociale certifiant que le concurrent est en situation régulière envers l'organisme concerné ;

c) une copie du certificat d'immatriculation au registre de commerce (modèle 9) pour les personnes assujetties à l'obligation d'immatriculation au registre de commerce en vertu de la législation en vigueur ;

NB : L'équivalent des attestations visées aux paragraphes a), b) et c) ci-dessus, délivrées par les administrations ou les organismes compétents de leurs pays d'origine ou de provenance, pour les concurrents non installés au Maroc.



A défaut de délivrance de ces documents par les administrations ou les organismes compétents, ils sont remplacés par une attestation délivrée par une autorité judiciaire ou administrative du pays d'origine ou de provenance certifiant que les documents précités ne sont pas produits. La date de production, au maître d'ouvrage, des pièces prévues aux a) et b) ci-dessus sert de base pour l'appréciation de leur validité.

B - Le dossier technique comprend :

1. Une note indiquant les moyens humains et techniques du concurrent et mentionnant éventuellement, le lieu, la date, la nature et l'importance des prestations à l'exécution desquelles le concurrent a participé et la qualité de sa participation.
2. Les attestations ou leurs copies certifiées conformes à l'originale délivrées par les maîtres d'ouvrage publics ou privés ou par les hommes de l'art sous la direction desquels le concurrent a exécuté des prestations ou par les titulaires de marchés au titre des prestations sous-traitées. Chaque attestation précise notamment la nature des prestations, leur montant et l'année de réalisation ainsi que le nom et la qualité du signataire et son appréciation.

NB : les capacités techniques seront appréciées comme suit : au moins deux (2) attestations de référence achevées durant les cinq dernières années d'un montant qui représente au moins **25%** du montant de l'estimation du coût des prestations objet de l'appel d'offres.

ARTICLE N°5 : OFFRE FINANCIERE

Chaque concurrent doit présenter une offre financière comprenant :

1. **l'acte d'engagement** par lequel le concurrent s'engage à réaliser les prestations objet du marché conformément aux conditions prévues aux cahiers des charges et moyennant un prix qu'il propose. Il est établi en un seul exemplaire.

Cet acte d'engagement, signé par le concurrent ou son représentant dûment habilité, doit comporter l'ensemble des indications requises y compris le relevé d'identité bancaire (RIB).

Le montant total de l'acte d'engagement doit être libellé en chiffres et en toutes lettres, en tenant compte du rabais éventuel.

Lorsque l'acte d'engagement est souscrit par un groupement tel qu'il est défini à n°150 du décret n°2-22-431 du 15 chaabane 1444 (8 mars 2023) relatif aux marchés publics, il doit être signé soit par chacun des membres du groupement ; soit seulement par le mandataire si celui-ci justifie des habilitations sous forme de procurations légalisées pour représenter les membres du groupement lors de la procédure de passation du marché.

2. **Le bordereau des prix - détail estimatif** figurant dans le dossier d'appel d'offres.

Les prix unitaires du bordereau des prix- détail estimatif doivent être libellés en chiffres.

Les montants totaux du bordereau des prix-détail estimatif doivent être libellés en chiffres.

En cas de discordance entre le montant total de l'acte d'engagement et celui du détail estimatif, du bordereau des prix-détail estimatif ou du bordereau du prix global, selon le cas, le montant de ces derniers documents prévaut pour établir le montant réel de l'acte d'engagement.



ARTICLE N°6 : OFFRE TECHNIQUE

Conformément aux dispositions de l'article 31 du décret 2-22-431 précité, chaque concurrent est tenu de présenter :

- 1) **Note de réflexion stratégique** autour de la problématique de communication des Cités des Métiers et Compétences (digitale et offline) et leur présence sur les réseaux sociaux.
- 2) **Proposition d'un plan de communication détaillé d'une campagne de communication d'admission** au titre de l'année 2024/2025, selon les spécifications du présent appel offres, incluant l'approche stratégique et créative :

Offre de formation :

- 34 000 places pédagogiques en 2023/2024 ;
- 12 CMC Régionales à travers le royaume ;
- 13 pôles métiers ;
- Plus de 170 filières ;
- Types de formation : formations diplômantes et formations qualifiantes.

Objectifs de la campagne :

- Promouvoir l'image de cette nouvelle génération des centres de formation et leurs particularités.
- Mettre en avant la panoplie d'offres de formation et les différents espaces des Cités des Métiers de Compétences.
- Inciter à l'inscription aux CMC pour la rentrée de formation 2024-2025.

Objectifs de la communication :

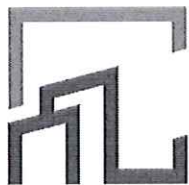
- Renforcer la notoriété des CMC auprès de la cible ;
- Mettre en valeur la panoplie d'offres de formation ;
- Augmenter le taux d'affluence des cibles concernées vers les CMC ;

Public Cible :

- Les jeunes susceptibles de rejoindre les niveaux Technicien spécialisé et Technicien et Qualification ainsi que leurs parents, le corps enseignant et les différents prescripteurs ;

Charte créative :

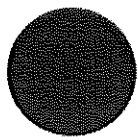
- Logo HD : <https://bit.ly/3SmzD8o>



مدن المهن والكفاءات
 ⵜⴰⵎⴰⵏⴰⵢⵜ ⵜⴰⵎⴰⵏⴰⵢⵜ ⵜⴰⵏⴰⵢⵜ
 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:32 / 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

- 3) Une proposition de capsule en motion design animée sur la base du brief communiqué en annexe.
- 4) Une proposition de visuel format bandrole sur l'évènement PIE, d'un visuel ANP sur la formation des métiers de la pêche sur la base des briefs communiqués en annexe.
- 5) Les CV du **directeur de clientèle**, **directeur de création** et **directeur artistique** ainsi que l'équipe des **intervenants permanents** proposés pour ce projet, et qui seront qualifiés par rapport au poste occupé dans la société du concurrent (Les CV des intervenants doivent être cosignés par l'intervenant et le responsable de l'agence avec photos récentes précisant notamment les diplômes et l'expérience professionnelle).
- 6) Les attestations de travail pour le Directeur de Clientèle.
- 7) Les attestations de travail pour le Directeur de Création.
- 8) Les attestations de travail pour le Directeur artistique.

ARTICLE N°7 : CONTENU DES DOSSIERS DES CONCURRENTS

Les dossiers doivent être présentés exclusivement de façon électronique via le portail des marchés publics conformément aux dispositions de l'arrêté du ministre délégué auprès de la ministre de l'Économie et des finances chargé du budget n° 1692-23 du 23 juin 2023 relatif à la dématérialisation des procédures, des documents et des pièces relatives aux marchés Publics.

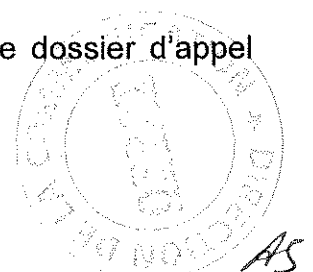
Le dossier présenté doit contenir trois enveloppes électroniques distinctes :

- a) La première enveloppe électronique contient, outre les pièces des dossiers administratif et technique prévus à l'article 5 du présent règlement, le cahier des prescriptions spéciales et le règlement de consultation paraphés et signés électroniquement et portant la mention « lu et accepté » par le concurrent ou son représentant dûment habilité.
- b) La deuxième enveloppe électronique contient l'offre technique ;
- c) La troisième enveloppe électronique contient l'offre financière.

ARTICLE N°8 : COMPOSITION DU DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

Conformément aux dispositions de l'article 22 du décret n°2-22-431 précité, le dossier d'appel d'offres comprend :

- a) Une copie de l'avis d'appel d'offres ouvert ;
- b) Un exemplaire du cahier des prescriptions spéciales ;



- c) Le modèle de l'acte d'engagement ;
- d) Le modèle du bordereau des prix - détail estimatif ;
- e) Le modèle de la déclaration sur l'honneur ;
- f) Le présent règlement de la consultation.

ARTICLE N°9 : DEMANDES D'ECLAIRCISSEMENT OU DE RENSEIGNEMENT ET INFORMATION DES CONCURRENTS

Tout concurrent peut demander au maître d'ouvrage, par lettre transmise par tout moyen pouvant donner date certaine, de lui fournir des éclaircissements ou renseignements concernant l'appel d'offres ou les documents y afférents. Cette demande n'est recevable que si elle parvient au maître d'ouvrage au moins sept jours avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis. Le maître d'ouvrage doit répondre, dans les mêmes formes, à toute demande d'information ou d'éclaircissement reçue, au plus tard trois jours avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis.

Tout éclaircissement ou renseignement fourni par le maître d'ouvrage à un concurrent à la demande de ce dernier doit être communiqué, le même jour et dans les mêmes formes, aux autres concurrents ayant retiré ou téléchargé le dossier d'appel d'offres et aux membres de la commission d'appel d'offres.

Cet éclaircissement ou renseignement est mis à la disposition de tout concurrent potentiel dans le portail des marchés publics.

ARTICLE N°10 : MODIFICATION DANS LE DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

Conformément aux dispositions de l'article n°22 § 7 et 8 du décret n°2-22-431 relatif aux marchés publics, le maître d'ouvrage peut introduire, à titre exceptionnel, des modifications dans le dossier d'appel d'offres sans changer l'objet du marché. Dans ce cas, ces modifications sont communiquées à tous les concurrents ayant retiré ou téléchargé ledit dossier, et introduites dans les dossiers mis à la disposition des autres concurrents.

Ces modifications peuvent intervenir à tout moment à l'intérieur du délai initial de publicité et au plus tard sept jours avant la date de la séance d'ouverture des plis.

Passé ce délai, le maître d'ouvrage doit, par avis rectificatif, reporter la date de la séance d'ouverture des plis.

Lorsque les modifications introduites dans le dossier d'appel d'offres nécessitent la publication d'un avis rectificatif, celui-ci est publié conformément aux dispositions du premier alinéa du deuxième paragraphe de l'article 23 du décret précité.

Dans ce cas, la séance d'ouverture des plis ne peut être tenue qu'après l'expiration d'un délai minimum de dix jours. Ce délai court à partir du lendemain de la date de parution de l'avis rectificatif dans le dernier support de publication, sans que la date de la nouvelle séance ne soit antérieure à celle prévue par l'avis de publicité initial.

Dans tous les cas, le délai de publicité prévu au troisième alinéa du deuxième paragraphe du I) de l'article 23 du décret précité doit être respecté.

Les concurrents ayant retiré ou téléchargé le dossier d'appel d'offres doivent être informés des modifications qui y ont été apportées et de la nouvelle date d'ouverture des plis, le cas échéant.

Lorsqu'un concurrent estime que le délai prévu par l'avis de publicité pour la préparation des offres n'est pas suffisant au regard de la complexité des prestations objet du marché, il peut, au cours de la première moitié du délai de publicité, demander au maître d'ouvrage, par lettre transmise par tout moyen pouvant donner date certaine, le report de la date de la séance d'ouverture des plis. Cette lettre doit comporter tous les éléments permettant au maître d'ouvrage d'apprécier la demande de report.

Si le maître d'ouvrage reconnaît le bien-fondé de la demande du concurrent dont il est saisi, il procède au report de la date de la séance d'ouverture des plis. Le report, dont la durée est



laissée à l'appréciation du maître d'ouvrage, fait l'objet d'un avis rectificatif qui est publié dans les mêmes formes que l'avis d'appel d'offres.

Il ne peut être procédé au report de la date de la séance d'ouverture des plis qu'une seule fois, quel que soit le concurrent qui le demande.

ARTICLE N°11 : REPARTITION EN LOTS

Le présent appel d'offres concerne un marché lancé en lot unique. Les offres partielles, techniques et financières, ne sont en aucun cas prises en considération.

ARTICLE N°12 : DEPOT DES PLIS DES CONCURRENTS

Conformément aux dispositions des articles 34 et 135 du décret n° 2.22.431 précité et aux dispositions de l'arrêté du ministre délégué auprès de la ministre de l'économie et des finances chargé du budget n° 1692-23 du 23 juin 2023, relatif à la dématérialisation des procédures de passation des marchés publics et des garanties pécuniaires, les plis doivent être transmis **exclusivement** par voie électronique via le portail des marchés publics **www.marchespublics.gov.ma**

Chacune des pièces constituant la réponse du concurrent à la consultation, est insérée, individuellement, dans l'enveloppe électronique la concernant.

Conformément aux conditions d'utilisation du portail des marchés publics, chaque pièce est signée, électroniquement, par le concurrent ou la personne dûment habilitée à le représenter, à l'exception des pièces dématérialisées.

Lorsqu'il s'agit d'un groupement, ces pièces sont signées, soit par l'ensemble des membres du groupement, soit uniquement par le mandataire conformément aux dispositions du paragraphe C) de l'article 150 du décret n° 2-22-431.

Tout pli électronique déposé postérieurement à la date limite de remise des plis est automatiquement rejeté par le portail des marchés publics.

ARTICLE N°13 : RETRAIT DES PLIS

Tout pli déposé peut être retiré par le concurrent antérieurement au jour et à l'heure fixés pour la séance d'ouverture des plis.

Le retrait de tout pli s'effectue au moyen du certificat de signature électronique ayant servi au dépôt de ce pli. Les informations relatives au retrait des plis sont enregistrées automatiquement sur le registre de dépôt des plis.

Les concurrents ayant retiré leurs plis peuvent présenter de nouveaux plis dans les conditions prévues au présent chapitre et avant la date et l'heure limites d'ouverture des plis.

ARTICLE N°14 : DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

Les concurrents restent engagés par leurs offres pendant un délai de **soixante jours** qui commence à courir, selon le cas, à compter de la date de la séance d'ouverture des plis ou de la date de signature du marché par l'attributaire dans le cas d'un marché négocié.

Toutefois, lorsque la commission d'appel d'offres considère qu'elle n'est pas en mesure d'effectuer son choix pendant le délai de validité des offres prévu à l'alinéa précédent, le maître d'ouvrage saisit les concurrents concernés, avant l'expiration de ce délai, par lettre recommandée avec accusé de réception, en vue de leur demander une prorogation du délai de validité des offres d'une durée supplémentaire qu'il fixe.

A cet effet, le maître d'ouvrage fixe aux concurrents concernés une date limite pour faire connaître leurs réponses.

Dans ce cas :



- a) les concurrents ayant donné, dans les mêmes formes, leur accord à la demande de prorogation, avant la date limite de réponse fixée par le maître d'ouvrage, restent engagés pendant le délai supplémentaire convenu ;
- b) les concurrents qui n'ont pas donné leur accord à la demande de prorogation ou qui n'ont pas répondu dans le délai qui leur est imparti sont libérés de leurs engagements vis-à-vis du maître d'ouvrage et mainlevée leur est donnée de leur cautionnement provisoire, au plus tard quarante-huit heures à compter de la date limite de réponse fixée par le maître d'ouvrage ;

ARTICLE N°15 : LANGUE DE L'OFFRE

L'offre préparée par le concurrent ainsi que toute correspondance et tous documents concernant l'offre échangée entre le candidat et l'OFPPT seront rédigés en Langue Française ou en langue arabe.

ARTICLE N°16 : MONNAIE DE L'OFFRE

La ou les monnaies convertibles dans lesquelles le prix des offres doit être formulé et exprimé, lorsque le concurrent n'est pas installé au Maroc. Dans ce cas, pour être évalués et comparés, les montants des offres exprimées en monnaies étrangères doivent être convertis en dirham. Cette conversion doit s'effectuer sur la base du cours vendeur du dirham en vigueur le premier jour ouvrable de la semaine précédant celle du jour d'ouverture des plis donné par Bank Al-Maghrib.

ARTICLE N°17 : DEPENSES ENCOURUES DU FAIT DE L'APPEL D'OFFRES

Le soumissionnaire supporte toutes les dépenses encourues du fait de la préparation et de la présentation de son offre à l'OFPPT qui ne pourra, en aucun cas, en être tenu pour responsable, quel que soit le déroulement ou l'issue de la procédure d'appel d'offres.

ARTICLE N°18 : EVALUATION DES OFFRES DES CONCURRENTS

Les offres des concurrents sont examinées conformément aux dispositions des articles 39, 41, 42, 43 et 44 du décret n°2-22-431 du 15 chaâbane 1444 (8 mars 2023) relatif aux marchés publics.

1^{ère} phase : Evaluation des offres techniques

Les offres techniques seront évaluées comme suit :

Critères d'évaluation :

Critères d'appréciation de la société	Système de notation	Documents servant de base pour l'appréciation	Note N _T
Pertinence de la réflexion stratégique	<p>Insuffisante (0 point) non conforme au cahier des prescriptions techniques.</p> <p>Note peu détaillée (10 points) conforme au cahier des prescriptions techniques, présente la problématique de communication des CMC (digitale et offline) et sa présence sur les réseaux sociaux mais sans éléments à l'appui : étude de l'existant, benchmark, diagnostic, recommandations ...</p> <p>Note détaillée (20points) conforme au cahier des prescriptions techniques, présente d'une manière très claire la problématique de communication des CMC (digitale et offline) et sa présence sur les réseaux sociaux avec des éléments à l'appui : étude de l'existant, benchmark, diagnostic, recommandations ...</p>	Note de réflexion stratégique autour de la problématique de communication des CMC (digitale et offline) et sa présence sur les réseaux sociaux	N1/20
Proposition technique	<p>1- Proposition du plan de communication détaillé d'une campagne de communication</p> <p>Approche stratégique :</p>	Proposition du plan de	N2/30

	<ul style="list-style-type: none"> - Clarté du message à véhiculer : 3 points - Proposition de canaux / moyens : 2 points - Compatibilité avec la cible : 2 points <p><u>Approche créative</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Respect de la charte graphique : 2 points - Innovation et créativité : 4 points - Déclinaison sur différents supports : 2 points <p><u>2- Proposition de capsule en motion design animée</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pertinence et clarté du script : 3 points - Rendu graphique : 2 points - Animation : 2 points <p><u>3- Proposition de visuel format roll-up pour le concours d'art culinaire « TYAB BLADNA »</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Slogan publicitaire clair et compréhensible : 1 point - Visuel graphiquement accrocheur : 1 point - Respect de la charte graphique : 1 point - Visuel clairement informatif & adapté à la cible : 1 point <p><u>4- Proposition d'un visuel ANP sur la formation en métiers de la pêche</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Slogan publicitaire clair et compréhensible : 1 point - Visuel graphiquement accrocheur : 1 point - Respect de la charte graphique : 1 point - Visuel clairement informatif & adapté à la cible : 1 point 	<p>communication d'une campagne de communication.</p> <p>Proposition de capsule en motion design animée</p> <p>Proposition format roll-up pour le concours d'art culinaire « TYAB BLADNA », d'un visuel ANP sur la formation en métiers de la pêche.</p>	
Expérience du Directeur de clientèle dans le domaine du marketing et de la communication ou équivalent	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 10 ans : 10 pts • $5 \leq$ Expérience < 10 ans : 5 pts • Expérience < 5 ans : 0 pts 	CV du directeur de clientèle	N3/10
Expérience du Directeur de création dans le domaine du marketing et de la communication ou équivalent	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 15 ans : 10 pts • $10 \leq$ Expérience < 15 ans : 5 pts • Expérience < 10 ans : 0 pts 	CV du directeur de création	N4/10
Expérience du Directeur artistique dans le domaine du marketing et de la communication ou équivalent	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 10 ans : 10 pts • $5 \leq$ Expérience < 10 ans : 5 pts • Expérience < 5 ans : 0 pts 	CV du directeur artistique	N5/10
Qualification de l'équipe des intervenants*	<p><u>Formation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bac+5 ou plus : 10 pts • Bac+3 ou Bac + 5 pts • Bac+2 et moins : 0 pts <p><u>Expérience :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 10 ans: 10 pts • $5ans \leq$ Expérience < 10 ans : 05 pts • $3ans \leq$ Expérience $< 5ans$: 03 pts • Expérience < 3 ans: 00 pts 	<p>Les CVs de l'équipe des intervenants :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un directeur stratégique (ayant un diplôme en marketing, communication, management ou équivalent) 2. Un planer stratégique ((ayant un diplôme en marketing, communication, management ou équivalent) 3. Un account manager (ayant 	N6/20



	<p><i>-La note obtenue pour chacun des critères (formation et expérience) est la moyenne des notes de chacun des intervenants ;</i></p> <p><i>-La note N6 est la somme des notes obtenues dans chacun des 2 critères.</i></p>	<p>un diplôme en marketing, communication, management ou équivalent)</p> <p>4. Un concepteur rédacteur francophone (ayant un diplôme en marketing, communication, journalisme ou équivalent)</p> <p>5. Un concepteur rédacteur arabophone (ayant un diplôme en marketing, communication, journalisme ou équivalent)</p> <p>6. Un média planeur (ayant un diplôme en marketing, communication, digital ou équivalent)</p> <p>7. Un Traffic manager (ayant un diplôme en marketing, communication, digital ou équivalent)</p> <p>8. Un e-réputation manager (ayant un diplôme en marketing, communication, digital ou équivalent)</p> <p>9. Un Social média Manager (ayant un diplôme en marketing, communication, digital ou équivalent)</p> <p>10. Un Community Manager (ayant un diplôme en marketing, communication, digital ou équivalent)</p> <p>11. Un développeur web (ayant un diplôme en informatique ou équivalent)</p> <p>12. Un motion designer (ayant un diplôme en webdesign, infographie, ou équivalent)</p> <p>13. Un web designer (ayant un diplôme en webdesign, infographie, informatique ou équivalent)</p> <p>14. Un infographiste (ayant un diplôme en webdesign, infographie, ou équivalent)</p> <p>NB : Le soumissionnaire doit présenter le CV de chaque intervenant</p> <p>- En cas de plusieurs profils, seul le profil le mieux noté sera retenu.</p> <p>- Dans le cas de la non présentation d'un profil pour un intervenant, le soumissionnaire aura la note zéro (0) pour cet intervenant.</p>	
--	---	---	--

* Le maître d'ouvrage se réserve le droit de vérifier la véracité des informations contenues dans les CV : diplômes, expériences, ...



A ce titre, il est à noter que : $NT = N1 + N2 + N3 + N4 + N5 + N6$

- 1) Lors de l'évaluation des offres techniques, la commission de jugement des offres attribue une note « N_T » à chaque concurrent sur un score maximum de 100 points, conformément à la grille d'évaluation sus indiquée.
- 2) Seuls les concurrents ayant obtenu une **note technique supérieure N_T à 70 points** seront retenus pour l'étape suivante.

ARTICLE N°19 : PREFERENCE NATIONALE

Une préférence est accordée, lors de l'évaluation des offres financières, aux offres présentées par les concurrents installés au Maroc conformément à l'article 147 du décret n° 2-22-431 précité.

ARTICLE N°20 : RESULTATS

Le maître d'ouvrage informe, par lettre recommandée avec accusé de réception ou par tout autre moyen donnant date certaine, l'attributaire de l'acceptation de son offre dans un délai n'excédant pas le troisième jour suivant la date d'achèvement des travaux de la commission d'appel d'offres. Dans le même délai, il informe, par lettre recommandée avec accusé de réception, les concurrents éliminés, en leur indiquant les motifs de rejet de leurs offres. Cette lettre est accompagnée des pièces contenues dans leurs dossiers.

<p>Etabli par :</p> <p><i>ARFAOUI SORDA</i> <i>Arfaoui</i></p>	<p>Vérifié par le Service des Marchés :</p> <p><i>Achraf HAJJAJI</i> <i>Chef de Service des Marchés</i></p>
<p>LE MAITRE D'OUVRAGE</p> <p>YOUSSEF CHEIKHI</p> <p><i>[Signature]</i> DIRECTEUR COMMUNICATION</p>	



MODELE DE L'ACTE D'ENGAGEMENT

ACTE D'ENGAGEMENT

A -Partie réservée à l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail

Appel d'offres ouvert International sur offres des prix n° du àh.....min

Objet du marché : Assistance en Communication et Achat média pour le compte des Cités des Métiers et des Compétences.

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

B - Partie réservée au concurrent

a) Pour les personnes physiques : (3)

Je, soussigné : (Prénom, nom et qualité) (1)
 Agissant en mon nom personnel et pour mon propre compte, (1)
 Adresse du domicile élu :
 Numéro tél : Adresse électronique :
 Affilié à (4)..... sous le n° : (2)
 Inscrit au registre du commerce de..... (Localité) sous le n° (2)
 n° de patente..... (2)
 Numéro de l'identifiant commun de l'entreprise : (2)
 N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR.....(RIB), ouvert auprès de

b) Pour les personnes morales (3)

Je, soussigné (Prénom, nom et qualité au sein de l'entreprise) (1)
 Agissant au nom et pour le compte de..... (Raison sociale et forme juridique de la société) (1)
 au capital de :
 Adresse du siège social de la société.....
 adresse du domicile élu.....
 Numéro de tél :Fax.....
 adresse électronique :
 Affiliée à (4)..... sous le n°.....(2)
 Inscrite au registre du commerce..... (Localité) sous le n°.....(2)
 N° de patente.....(2)
 N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR.....(RIB), ouvert auprès de

 N° de taxe professionnelle (2)
 N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise :(2)

c) Pour les coopératives ou union de coopératives (3)

Je, soussigné (Prénom, nom et qualité au sein de la coopérative) (1)
 Agissant au nom et pour le compte de..... (Dénomination de la coopérative ou de l'union de
 coopératives) au capital de:..... (1)
 Adresse du siège de la coopérative ou de l'union de coopératives.....
 Numéro de tél : Fax
 adresse électronique :
 Affiliée à (4)..... sous le n°.....(2)
 Inscrite au registre local du coopérative n°..... (Localité) sous le n°.....(2)
 N° de patente.....(2)
 N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR.....(RIB), ouvert auprès de

 N° de taxe professionnelle
 N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise :(2)



d) Pour les auto-entrepreneur :

Je, soussigné (Prénom, nom) (1)
 Numéro de tél : adresse électronique :
 Affiliée à la CNSS sous le n° (3)
 Inscrit au registre national de l'auto-entrepreneur sous le n° (3)
 N° de taxe professionnelle
 N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise : (3)

En vertu des pouvoirs qui me sont conférés :

Après avoir pris connaissance du dossier d'appel d'offres, concernant les prestations précisées en objet de la partie A ci-dessus ;
 Après avoir apprécié à mon point de vue et sous ma responsabilité la nature et les difficultés que comportent ces prestations :

1) remets, revêtu (s) de ma signature un bordereau de prix - détail estimatif établi (s) conformément aux modèles figurant au dossier d'appel d'offres ;

2) m'engage à exécuter lesdites prestations conformément au cahier des prescriptions spéciales et moyennant les prix que j'ai établis moi-même, lesquels font ressortir :

Montant total hors T.V.A. : (en lettres et en chiffres)
 Taux de la TVA..... (en pourcentage)
 Montant de la T.V.A. : (en lettres et en chiffres)
 Montant total T.V.A. comprise : (en lettres et en chiffres)

Lorsque le marché est conclu avec un groupement :

- Part revenant au membre n° 1: (en lettres et en chiffres)
- Part revenant au membre n° 2: (en lettres et en chiffres)
- Part revenant au membre n° n: (en lettres et en chiffres)

L'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail se libérera des sommes dues par lui en faisant donner crédit au compte (À la Trésorerie Générale, bancaire, ou postal) (5) ouvert à mon nom (ou au nom de la société) (5) à (1) (Localité), sous relevé d'identification bancaire (RIB) numéro..... (6)

Fait à.....le.....

(Signature et cachet du concurrent)

-
- (1) lorsqu'il s'agit d'un groupement, ses membres doivent :
 mettre : « Nous, soussignés..... nous obligeons conjointement/ou solidairement (choisir la mention adéquate et ajouter au reste de l'acte d'engagement les rectifications grammaticales correspondantes)
 ajouter l'alinéa suivant : « désignons..... (prénoms, noms et qualité) en tant que mandataire du groupement ».
 (2) pour les concurrents non installés au Maroc préciser la référence des documents équivalents ;
 (3) ces mentions ne concernent que les personnes assujetties à cette obligation.
 (4) Indiquer la CNSS ou tout autre régime particulier de prévoyance sociale.
 (5) Supprimer la mention inutile.
 (6) Le relevé d'identité bancaire (RIB) contient 24 positions



MODELE DE DECLARATION SUR L'HONNEUR

DECLARATION SUR L'HONNEUR (*)

- Mode de passation : Appel d'offres International ouvert n°...../2024 , sur offres des prix du ../.../.... à ...h.. min.

Objet du marché : Assistance en Communication et Achat média pour le compte des Cités des Métiers et des Compétences.

Pour les personnes physiques

Je, soussigné : (Prénom, nom et qualité)
 Agissant en mon nom personnel et pour mon propre compte,
 Adresse du domicile élu :
 Numéro tél : Adresse électronique :
 Affilié à (4) sous le n° : (1)
 Inscrit au registre du commerce de..... (Localité) sous le n° (1) n° de
 patente..... (1)
 N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (5).....(6) (RIB), ouvert auprès de

 En vertu des pouvoirs qui me sont conférés ;

A. Pour les personnes morales

Je, soussigné (Prénom, nom et qualité au sein de l'entreprise)
 Agissant au nom et pour le compte de..... (Raison sociale et forme juridique de la société) au
 capital de :
 Adresse du siège social de la société.....
 adresse du domicile élu.....
 Numéro de tél : Fax
 adresse électronique :
 Affiliée à (4) sous le n°.....(1)
 Inscrite au registre du commerce..... (Localité) sous le n°.....(1)
 N° de patente.....(1)
 N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (5).....(6)(RIB), ouvert auprès de

 N° de taxe professionnelle
 N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise :(1)
 En vertu des pouvoirs qui me sont conférés ;

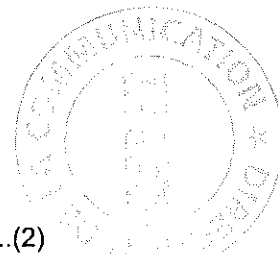
B. Pour les coopératives ou union de coopératives

Je, soussigné (Prénom, nom et qualité au sein de la coopérative)
 Agissant au nom et pour le compte de..... Dénomination de la coopérative ou de l'union de coopératives)
 au capital de :
 Adresse du siège de la coopérative ou de l'union de coopératives.....
 Numéro de tél : Fax
 adresse électronique :
 Affiliée à (4) sous le n°.....(2)
 Inscrite au registre local du coopérative n°..... (Localité) sous le n°.....(2)
 N° de patente.....
 N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (5).....(6)(RIB), ouvert auprès de

 N° de taxe professionnelle
 N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise :
 En vertu des pouvoirs qui me sont conférés ;

C. Pour les auto-entrepreneur :

Je, soussigné (Prénom, nom)
 Numéro de tél : adresse électronique :
 Affiliée à (4) sous le n°.....(2)
 Inscrit au registre national de l'auto-entrepreneur sous le n°.....(2)



AS

N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (5).....(6)(RIB), ouvert auprès de

N° de taxe professionnelle

N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise :

En vertu des pouvoirs qui me sont conférés ;

a) Cas des établissements publics :

Je soussigné.....(nom, prénom et qualité) agissant au nom et pour le compte de (dénomination de l'établissement).

Numéro de tél : adresse électronique :

Adresse du siège:

Affiliée à(4) sous le n°.....(2)

Inscrit au registre du commerce de(7).....(localité) sous le n°.....(2)

N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (5).....(6)(RIB), ouvert auprès de

N° de taxe professionnelle sous le numéro (8):

N° de l'Identifiant Commun de l'Entreprise (8) :

Références du texte l'habilitant à exercer les missions objet du marché :

Relevé d'identité bancaire.....(postal, bancaire ou à la TGR)(5) numéro(6):

En vertu des pouvoirs qui me sont conférés ;

- Déclare sur l'honneur :

1. m'engager à couvrir, dans les limites fixées dans le cahier des charges, par une police d'assurance, les risques découlant de mon activité professionnelle ;
2. que je remplie les conditions prévues à l'article 27 du décret n°2-22-431 du 15 chaabane 1444 (8 mars 2023) et fixant les conditions et les formes de passation des marchés publics ainsi que certaines règles relatives à leur gestion et à leur contrôle ;
3. Étant en redressement judiciaire j'atteste que je suis autorisé par l'autorité judiciaire compétente à poursuivre l'exercice de mon activité (2) ;
4. m'engager, si j'envisage de recourir à la sous-traitance :
 - à m'assurer que les sous-traitants remplissent également les conditions prévues par l'article 151 du décret précité ;
 - que celle-ci ne peut dépasser 50% du montant du marché, ni porter sur les prestations constituant le lot ou le corps d'état principal prévues dans le cahier des prescriptions spéciales, ni sur celles que le maitres d'ouvrage a prévues dans ledit cahier ;
 - à confier les prestations à sous-traiter à des PME installées aux Maroc ; (3)
5. m'engager à ne pas recourir par moi-même ou par personne interposée à des pratiques de fraude ou de corruption de personnes qui interviennent à quelque titre que ce soit dans les différentes procédures de passation, de gestion et d'exécution du présent marché ;
6. m'engage à ne pas faire par moi-même ou par personne interposées, des promesses, des dons ou des présents en vue d'influer sur les différentes procédures de conclusions du présent marché.
7. atteste que je remplis les conditions prévues par l'article 1er du dahir n° 1-02-188 du 12 JOUMADA I 1423 (23 juillet 2002) portant promulgation de la loi n°53-00 formant charte de la petite et moyenne entreprises (4).
8. atteste que je ne suis pas en situation de conflit d'intérêt.
9. je certifie l'exactitude des renseignements contenus dans la présente déclaration sur l'honneur et dans les pièces fournies dans mon dossier de candidature tel que prévu à l'article 152 du décret n°2-22-431 du 15 chaabane 1444 (8 mars 2023) relatif aux marchés publics .
10. je reconnais avoir pris connaissance des sanctions prévues par l'article 152 du décret n°2-22-431 du 15 chaabane 1444 (8 mars 2023) relatif aux marchés publics , relatives à l'inexactitude de la déclaration sur l'honneur.

Fait à.....le.....

Signature et cachet du concurrent

- (1) Pour les concurrents non installés au Maroc, préciser la référence des documents équivalents et lorsque ces documents ne sont pas délivrés par leurs pays d'origine, la référence à l'attestation délivrée par une autorité judiciaire ou administrative du pays d'origine ou de provenance certifiant que ces documents ne sont pas produits.



AS

- (2) à supprimer le cas échéant.
 - (3) Lorsque le CPS le prévoit.
 - (4) Indiquer la CNSS ou tout autre régime particulier de prévoyance sociale
 - (5) Supprimer la mention inutile.
 - (6) Le relevé d'identité bancaire (RIB) contient 24 positions.
 - (7) Lorsque l'établissement public est assujetti à cette obligation
 - (8) Ou tout autre régime particulier de prévoyance sociale.
- (*) En cas de groupement, chacun des membres doit présenter sa propre déclaration sur l'honneur.



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



AS

CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPÉCIALES

Marché N° / 2024.

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 MARCHE 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 : PIECES INCORPOREES 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 : CARACTERE 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	15 jours
Conception et production de spot radio (1 à 2 speakers)	15 jours
Déclinaison d'un spot radio dans une autre langue (1 à 2 speakers)	1 semaine
Conception de story Board et suivi de la production d'un spot TV publicitaire	15 jours
Elaboration d'un media planning TV et Radio.	15 jours
Conception et exécution d'une version de base	1 semaine
Déclinaison de tout support à un autre support	1 semaine
Conception et production de capsule en motion design	15 jours
Production de vidéos graphiques animées	03 jours
Remontage vidéos	07 jours
Déclinaison linguistique d'une capsule existante avec voix off	03 jours
Déclinaison linguistique d'une capsule existante sans voix off	02 jours
Création de landing page (1 seule page globale)	20 jours



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

- 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 : 60 000 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 concernés. 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 MARCHE

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 MARCHE

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 bénéficier 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 MARCHE

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 modifiés 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	 

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 en 2023/2024 ;
- 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://bit.ly/3udSDcE>





لكل حلم طريقه - النقلي المتخصص في إنتاج و جودة السيارات

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://bit.ly/3udT2vG>





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'Adserving et Adtracking.
- 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 tagage 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	3		
2	Conception et production de spot radio (1 à 2 speakers)	U	5		
3	Déclinaison d'un spot radio dans une autre langue (1 à 2 speakers)	U	5		
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	3		
6	Conception et exécution d'une version de base	U	30		
7	Déclinaison de tout support à un autre support	U	60		
8	Conception et production de capsule en motion design	U	5		
9	Production de vidéos graphiques animées	U	5		
10	Remontage des vidéos	U	5		
11	Déclinaison linguistique d'une capsule existante avec voix off	U	5		
12	Déclinaison linguistique d'une capsule existante sans voix off	U	5		
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	300		
17	Production des formats Rich media pour les réseaux sociaux	U	60		
18	Suivi de l'E-réputation	Forfait mensuel	12		
19	Achat média pour un budget de 1dh Hors taxes dégressifs OFPPT compris*	1	3.500.000		
Montant total Hors taxes					
Taxes sur la valeur ajoutée (Taux 20%)					
Montant total Toutes Taxes Comprises					

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 -- Conception d'un visuel format roll-up 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^{ème} édition du concours d'art culinaire « TYAB BLADNA »
- **Date et période** : du 10 au 18 mai 2024
- **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 2 -- 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, dont 4 nouveaux secteurs : pêche, santé, artisanat et agriculture. 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



Brief 3 - 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

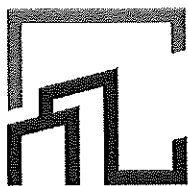
Perspectives professionnelles :

- 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



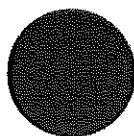
Charte créative :

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



مدن المهن والكفاءات
 十人十事 十人十事 十人十事 十人十事
 Cities 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 & IA



Digital & IA



Digital & 1A



Digital & IA

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



Plasma



Pêche



Pêche



Pêche

