

ROYAUME DU MAROC
OFFICE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE
ET DE LA PROMOTION DU TRAVAIL

AVIS D'APPEL D'OFFRES OUVERT N° 09/2019

Le **26 Mars 2019 à 11 Heures**, Il sera procédé, dans les bureaux de l'office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail, sis 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 sur offres de prix, pour la **passation d'un marché-cadre réparti en 2 lots** :

- **Lot n° 1 : assistance en communication globale et achat média**
- **Lot n° 2 : Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web.**

Le dossier d'appel d'offres peut être retiré au Service des Marchés rattaché à la Direction de l'Approvisionnement et la Logistique, sis Intersection de la Route BO n° 50 et la R.N.11 (Route Nouaceur Sidi Maârouf) Casablanca, il peut être également téléchargé à partir du portail des marchés de l'Etat www.marchéspublics.gov.ma. Et à partir du site de l'office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail : www.ofppt.ma.

Les cautionnements provisoire sont fixés de :

- **Lot n° 1 : Soixante mille dirhams (60 000,00DH)**
- **Lot n° 2 : Quarante mille dirhams (40 000,00DH)**

Les estimations de coût de la prestation établie par le Maître d'ouvrage sont fixées de :

Lot n° 1 :

- **Montant mini : Deux millions sept cent quarante-cinq mille six cents Dirhams (2 745 600,00) en TTC**
- **Montant maxi : Quatre millions quatre cent soixante et onze mille deux cents Dirhams (4 471 200,00) en TTC**

Lot n° 2 :

- **Montant mini : Un million trois cent quatre-vingt-seize mille huit cents Dirhams (1 396 800,00) en TTC**
- **Montant maxi : Deux millions huit cent cinquante mille six cents Dirhams (2 850 600,00) en TTC**

Une réunion d'information, au profit des concurrents, aura lieu à la Direction de la communication, sis Intersection de la Route BO n° 50 et la R.N.11 (Route Nouaceur Sidi Maârouf) Casablanca, en date du **11 Mars 2019 à 11 Heures**.

Le contenu, la présentation ainsi que le dépôt des dossiers des concurrents doivent être conformes aux dispositions des articles 27, 29 et 31 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.

Les concurrents peuvent :

- ❖ soit envoyer, par courrier recommandé avec accusé de réception, au bureau précité ;
- ❖ soit déposer contre récépissé leurs plis dans le bureau de Service des Marchés rattaché à de la Direction de l'Approvisionnement et la Logistique, sis Intersection de la Route BO n° 50 et la R.N.11 (Route Nouaceur Sidi Maârouf) - Casablanca ;
- ❖ soit les remettre au président de la commission d'appel d'offres au début de la séance et avant l'ouverture des plis.

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

المملكة المغربية
مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل
إعلان عن طلب عروض أثمان مفتوح
رقم 09 / 2019

في يوم 26 مارس 2019 على الساعة الحادية عشرة 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، لأجل عقد صفقة اطار موزعة على حصتين:

الحصة 1: المساعدة في مجال الاتصالات الشاملة و شراء وسائل الاعلام.

الحصة 2: المساعدة في مجال الاتصالات الرقمية، المرافقة في تسيير حضور مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل في الشبكات الاجتماعية و شراء وسائل الاعلام عبر الويب.

يمكن سحب ملف طلب العروض بمصلحة الصفقات بمديرية التموين واللوجستيك الكائنة بملتقى طريق BO. 50 والطريق الوطنية رقم 11 (طريق النواصر – سيدي معروف) - الدار البيضاء ، كما يمكن كذلك سحبه إلكترونيا من بوابة صفقات الدولة : www.marchéspublics.gov.ma . وكذا من بوابة مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل على العنوان التالي: www.ofppt.ma

وتبلغ الضمانة المؤقتة:

الحصة 1: ستون ألف (60 000,00) درهم

الحصة 2: أربعون ألف (40 000,00) درهم

والكلفة التقديرية للأعمال المحددة من طرف صاحب المشروع تبلغ:

الحصة 1:

• المبلغ الأدنى: مليونان وسبعمئة وخمسة وأربعون ألفاً وستمئة درهم (2 745 600.00) درهم مع احتساب جميع الرسوم

• المبلغ الأقصى: أربع ملايين وأربعمئة وواحد وسبعون ألفاً ومئتان (4 471 200. 00) درهم مع احتساب جميع الرسوم

الحصة 2:

• المبلغ الأدنى: مليون وثلاثمئة وستة وتسعون ألفاً وثمانمئة (1 396 800.00) درهم مع احتساب جميع الرسوم

• المبلغ الأقصى: مليونان وثمانمئة وخمسون ألفاً وستمئة (2 850 600.00) درهم مع احتساب جميع الرسوم

عقد اجتماع معلوماتي لفائدة المترشحين بتاريخ 11 مارس 2019 على الساعة الحادية عشرة صباحا وذلك بمديرية التواصل ، الكائنة بملتقى طريق BO. 50 والطريق الوطنية رقم 11 (طريق النواصر – سيدي معروف) - الدار البيضاء.

يجب أن يكون كل من محتوى وتقديم ملفات المتنافسين مطابقين لمقتضيات المواد 27، 29 و 31 من نظام الصفقات الخاص بمكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل.

ويمكن للمتنافسين :

- إما إرسال أظرفتهم عن طريق البريد المضمون بإفادة بالاستلام إلى المكتب المذكور؛
- إما إيداعها مقابل وصل، بمكتب مصلحة الصفقات بمديرية التموين واللوجستيك الكائنة بملتقى طريق BO. 50 والطريق الوطنية رقم 11 (طريق النواصر – سيدي معروف) - الدار البيضاء؛
- إما تسليمها مباشرة لرئيس لجنة طلب العروض عند بداية الجلسة وقبل فتح الأظرفة.

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





مكتب التكوين المهني وإنعاش الشغل

Office de la Formation Professionnelle et
de la Promotion du Travail

**Dossier d'Appel
D'Offres
Ouvert sur offres de prix
N° 09./ 2019**

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

Passation d'un marché-cadre Réparti en 2 lots :

Lot N°1: Assistance en communication globale et achat média

Lot N°2: Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web



REGLEMENT DE LA CONSULTATION

Article n°1 : Objet du règlement de la consultation

Le présent règlement de consultation concerne l'appel d'offres ouvert sur offres des prix ayant pour objet :

- **Lot N°1:** Assistance en communication globale et achat média.
- **Lot N°2:** Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web.

Il est établi en vertu des dispositions de l'article n°18, du règlement des marchés, approuvé le 18 Chaâbane 1435 (16 Juin 2014), relatif aux marchés publics de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT).

Les prescriptions du présent règlement ne peuvent en aucune manière déroger ou modifier les conditions et les formes prévues par le règlement des marchés de l'OFPPT. Toute disposition contraire au règlement des marchés de l'OFPPT est nulle et non avenue. Seules sont valables les précisions et prescriptions complémentaires conformes aux dispositions de l'article n°18 et des autres articles du règlement des marchés de l'OFPPT.

Article n°2 : Maître 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 : Définitions

Au sens du règlement des marchés de l'OFPPT, on entend par :

- 1- **Attributaire** : concurrent dont l'offre a été retenue avant la notification de l'approbation du marché;
- 2- **Autorité compétente** : l'ordonnateur ou la personne déléguée (sous-ordonnateur) par lui pour approuver le marché ;
- 3- **Concurrent** : toute personne physique ou morale qui propose une offre en vue de la conclusion d'un marché ;
- 4- **Groupement** : deux ou plusieurs concurrents qui souscrivent un engagement unique dans les conditions prévues à l'article 140 ci-dessous ;
- 5- **Titulaire** : attributaire auquel l'approbation du marché a été notifiée.

Article n°4 : Conditions requises des concurrents

Conformément aux dispositions de l'article n°24 du Règlement des Marchés de l'OFPPT :

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.

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 prononcée dans les conditions fixées par l'article n°142 du Règlement des Marchés de l'OFPPT ;
- Les personnes qui représentent plus d'un concurrent dans une même procédure de passation de marchés.

Article n°5 : Justification des capacités et des qualités des concurrents

I- Chaque concurrent est tenu de présenter un dossier administratif et un dossier technique. Chaque dossier peut être accompagné d'un état des pièces qui le constituent.

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°140 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.

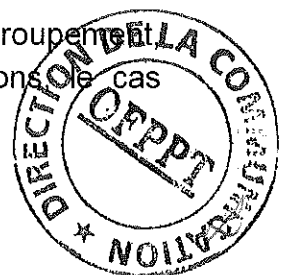
N.B :

+ 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.

Pour les groupements, il y a lieu de produire :

- + Une copie légalisée de la convention constitutive du groupement prévue à l'article n°140 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.
- + Une note indiquant notamment l'objet de la convention, la nature du groupement, le mandataire, la durée de la convention, la répartition des prestations, le cas échéant.



2. Pour le concurrent auquel il est envisagé d'attribuer le marché, dans les conditions fixées à l'article 40 du Règlement des Marchés de l'OFPPT :

- a) la ou les pièces justifiant les pouvoirs conférés à la personne agissant au nom du concurrent et ce conformément à l'alinéa a) du paragraphe 2 de l'article n°25 du Règlement des Marchés de l'OFPPT ;
- b) une attestation ou sa copie certifiée conforme à l'originale délivrée depuis moins d'un an par l'Administration compétente du lieu d'imposition certifiant que le concurrent est en situation fiscale régulière ou à défaut de paiement qu'il a constitué les garanties prévues à l'article 4 ci-dessus. Cette attestation doit mentionner l'activité au titre de laquelle le concurrent est imposé ;
- c) une attestation ou sa copie certifiée conforme à l'originale délivrée depuis moins d'un an par la Caisse nationale de sécurité sociale certifiant que le concurrent est en situation régulière envers cet organisme, conformément aux dispositions prévues à cet effet à l'article 4 ci-dessus ou de la décision du ministre chargé de l'emploi ou sa copie certifiée conforme à l'originale, prévue par le dahir portant loi n° 1-72-184 du 15 joumada II 1392 (27 juillet 1972) relatif au régime de sécurité sociale assortie de l'attestation de l'organisme de prévoyance sociale auquel le concurrent est affilié et certifiant qu'il est en situation régulière vis-à-vis dudit organisme ;

* La date de production des pièces prévues aux b) et c) ci-dessus sert de base pour l'appréciation de leur validité.

- d) le certificat d'immatriculation au registre de commerce pour les personnes assujetties à l'obligation d'immatriculation conformément à la législation en vigueur ;

Pour les concurrents non installés au Maroc : l'équivalent des attestations visées aux paragraphes b, c et d 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 la délivrance de tels documents par les administrations ou les organismes compétents de leur pays d'origine ou de provenance, lesdites attestations peuvent être remplacées par une attestation délivrée par une autorité judiciaire ou administrative du pays d'origine ou de provenance certifiant que ces documents ne sont pas produits ou par une déclaration sur l'honneur dûment certifiée par les autorités compétentes du pays d'origine attestant l'impossibilité de produire l'ensemble ou une partie des documents précités.

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 de mêmes familles. 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. Seules les attestations dont le montant est supérieur ou égal à 2 millions de dirhams pour le lot 1 et 1 million de dirhams pour le lot 2 seront retenues.

Article n°6 : Documents à fournir par les établissements publics

Lorsque le concurrent est un établissement public, il doit fournir :

1. Au moment de la présentation de l'offre, outre le dossier technique et en plus des pièces prévues à l'alinéa 1) du I-A de l'article 5 ci-dessus, une copie du texte l'habilitant à exécuter les prestations objet du marché ;

2. S'il est retenu pour être attributaire du marché :

a) une attestation ou sa copie certifiée conforme à l'original délivrée depuis moins d'un an par l'Administration compétente du lieu d'imposition certifiant qu'il est en situation fiscale régulière ou à défaut de paiement qu'il a constitué les garanties prévues à l'article 4 ci-dessus. Cette attestation, qui n'est exigée que pour les organismes soumis au régime de la fiscalité, doit mentionner l'activité au titre de laquelle le concurrent est imposé ;

b) une attestation ou sa copie certifiée conforme à l'originale délivrée depuis moins d'un an par la Caisse nationale de sécurité sociale certifiant que le concurrent est en situation régulière envers cet organisme conformément aux dispositions prévues à cet effet à l'article 4 ci-dessus ou de la décision du ministre chargé de l'emploi ou sa copie certifiée conforme à l'originale, prévue par le dahir portant loi n° 1-72-184 du 15 jourada II 1392 (27 juillet 1972) relatif au régime de sécurité sociale assortie de l'attestation de l'organisme de prévoyance sociale auquel le concurrent est affilié et certifiant qu'il est en situation régulière vis-à-vis dudit organisme.

La date de production des pièces prévues aux a) et b) ci-dessus sert de base pour l'appréciation de leur validité.

Article n°7 : Contenu des dossiers des concurrents

Les dossiers présentés par les concurrents doivent comporter :

Lot 1 : Assistance en communication globale et achat média

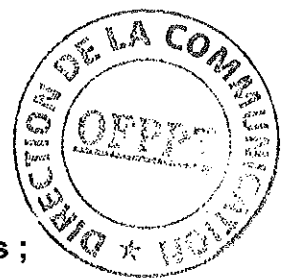
7.1 Les dossiers administratif et technique prévus à l'article 5 ci-dessus ;

7.2 L'offre technique :

Les pièces devant constituer l'offre technique sont :

1) **Une note de réflexion stratégique** autour de la problématique de communication de l'OFPPT ;

2) **Proposition de campagne de communication** relative à la campagne d'admission de l'OFPPT, au titre de l'année 2019/2020, selon les spécifications du présent appel offre¹.



¹ Article 2 : Conception et exécution d'une campagne de communication, Termes de références – Lot 1, page 32.

Objectifs de la campagne :

- Inciter les jeunes à s'inscrire en formation ;
- Informer sur le démarrage des inscriptions dans les établissements de l'OFPPT ;
- Présenter les formations dispensées par l'OFPPT ;

Objectifs de la communication :

- Améliorer l'image et la notoriété de l'OFPPT auprès de la cible ;
- Mettre en valeur la panoplie d'offres de formation ;
- Augmenter le taux d'affluence des cibles concernées vers les établissements,
- Ne plus considérer l'OFPPT comme dernier recours.

Public Cible :

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

3) Les CV du Directeur Stratégie, du directeur de clientèle et de l'équipe des intervenants permanents proposés pour ce projet ; les curriculum vitae des intervenants (cosignés par l'intervenant et le responsable de l'agence) avec photo récentes précisant notamment les diplômes et l'expérience professionnelle.

4) Copie certifiée conforme du registre du commerce faisant ressortir la date de création de l'agence ;

5) Copie certifiée conforme de la « Liste des assurés déclarés à la CNSS » au titre des mois d'Octobre, Novembre et décembre 2018, visés par les services de la CNSS ;

Tout remplacement dûment justifiée d'un intervenant affectée à une mission donnée doit faire l'objet d'un accord préalable de l'OFPPT.

Le remplaçant doit avoir un profil au moins équivalent au profil de l'intervenant partant et de conformément aux dispositions de l'article 18 du CCAG EMO.

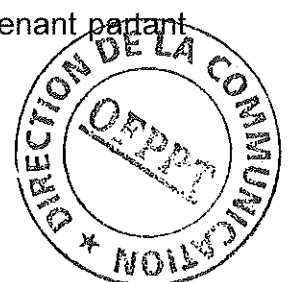
6) Les attestations de travail pour le Directeur Stratégie ;

7) Les attestations de travail pour le Directeur de Clientèle ;

7.3 L'offre financière comprend :

a) **L'acte d'engagement** par lequel le concurrent s'engage à réaliser les prestations objet du marché conformément aux conditions prévues au cahier des charges et moyennant un prix qu'il propose. Il est établi en un seul exemplaire conformément au modèle joint au présent règlement. Cet acte d'engagement dûment rempli, et comportant le relevé d'identité bancaire (RIB), est signé par le concurrent ou son représentant habilité, sans qu'un même représentant puisse représenter plus d'un concurrent à la fois pour le même marché.

Lorsque l'acte d'engagement est souscrit par un groupement tel qu'il est défini à l'article 140 du Règlement des Marchés de l'OFPPT, 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.

b) Le bordereau des prix - détail estimatif établi par le maître d'ouvrage et figurant dans le dossier d'appel d'offres.

Le montant total de l'acte d'engagement doit être libellé en chiffres et en toutes lettres.

Le bordereau des prix - détail estimatif doit tenir compte de :

- + La saisie doit se faire par les moyens numériques (non manuscrits).
- + Les prix unitaires doivent être libellés en chiffres.
- + Les montants totaux doivent être libellés en chiffres.

En cas de discordance entre le montant total de l'acte d'engagement, et de celui du bordereau des prix-détail estimatif, le montant de ce dernier document est tenu pour bon pour établir le montant réel de l'acte d'engagement.

7.4 Le cahier des prescriptions spéciales paraphé et signé par le concurrent ou son représentant dûment habilité à cet effet ;

Lot 2 : Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web.

Les dossiers administratif et technique prévus à l'article 5 ci-dessus ;

7.1 L'offre technique :

Les pièces devant constituer l'offre technique sont :

- 1) Une note de réflexion stratégique** autour de la problématique de communication digitale de l'OFPPT ;
- 2) Proposition de campagne de communication digitale** relative à la campagne d'admission de l'OFPPT, au titre de l'année 2019/2020, selon les spécifications du présent appel offre².

Objectifs de la campagne :

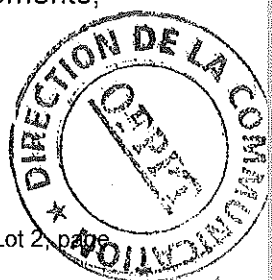
- Inciter les jeunes à s'inscrire en formation ;
- Générer du trafic qualifié vers le site web de l'OFPPT ;
- Informer sur le démarrage des inscriptions dans les établissements de l'OFPPT ;
- Présenter les formations dispensées par l'OFPPT ;

Objectifs de la communication :

- Améliorer l'image et la notoriété de l'OFPPT auprès de la cible ;
- Mettre en valeur la panoplie d'offres de formation ;
- Augmenter le taux d'affluence des cibles concernées vers les établissements,
- Ne plus considérer l'OFPPT comme dernier recours.

Public Cible :

² Article 5 : Conception et exécution d'une campagne de communication digitale, Termes de références – Lot 2, page 37.



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

3) Les CV du directeur de clientèle et de l'équipe des intervenants permanents proposés pour ce projet ; les curriculum vitae des intervenants (cosignés par l'intervenant et le responsable de l'agence) avec photo récentes précisant notamment les diplômes et l'expérience professionnelle.

4) Copie certifiée conforme du registre du commerce faisant ressortir la date de création de l'agence ;

5) Copie certifiée conforme de la « Liste des assurés déclarés à la CNSS » au titre des mois de décembre 2018 et janvier 2019, visés par les services de la CNSS ;

Tout remplacement dûment justifiée d'un intervenant affectée à une mission donnée doit faire l'objet d'un accord préalable de l'OFPPT.

Le remplaçant doit avoir un profil au moins équivalent au profil de l'intervenant partant et de conformément aux dispositions de l'article 18 du CCAG EMO.

6) Les attestations de travail pour le Directeur de Clientèle ;

7.3 L'offre financière comprend :

a) **L'acte d'engagement** par lequel le concurrent s'engage à réaliser les prestations objet du marché conformément aux conditions prévues au cahier des charges et moyennant un prix qu'il propose. Il est établi en un seul exemplaire conformément au modèle joint au présent règlement.

Cet acte d'engagement dûment rempli, et comportant le relevé d'identité bancaire (RIB), est signé par le concurrent ou son représentant habilité, sans qu'un même représentant puisse représenter plus d'un concurrent à la fois pour le même marché.

Lorsque l'acte d'engagement est souscrit par un groupement tel qu'il est défini à l'article 140 du Règlement des Marchés de l'OFPPT, 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.

b) **Le bordereau des prix - détail estimatif** établi par le maître d'ouvrage et figurant dans le dossier d'appel d'offres.

Le montant total de l'acte d'engagement doit être libellé en chiffres et en toutes lettres.

Le bordereau des prix - détail estimatif doit tenir compte de :

- + La saisie doit se faire par les moyens numériques (non manuscrits).
- + Les prix unitaires doivent être libellés en chiffres.
- + Les montants totaux doivent être libellés en chiffres.



En cas de discordance entre le montant total de l'acte d'engagement, et de celui du bordereau des prix-détail estimatif, le montant de ce dernier document est tenu pour bon pour établir le montant réel de l'acte d'engagement.

7.4 Le cahier des prescriptions spéciales paraphé et signé par le concurrent ou son représentant dûment habilité à cet effet ;

Article n°8 : Composition du dossier d'appel d'offres

Conformément aux dispositions de l'article 19 du règlement des marchés de l'OFPPT, 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 visé à l'article 7 précité ;
- d) Le modèle du bordereau des prix - détail estimatif ;
- e) Le modèle de la déclaration sur l'honneur prévue à l'article 5 précité ;
- f) Le présent règlement de la consultation.



Article n°9 : Information des concurrents

Tout concurrent peut demander au maître d'ouvrage, par courrier porté avec accusé de réception, par lettre recommandée avec accusé de réception, par fax confirmé ou par voie électronique 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 (7) jours avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis.

Le maître d'ouvrage doit répondre à toute demande d'information ou d'éclaircissement reçue dans le délai prévu ci-dessus.

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 conditions aux autres concurrents ayant retiré ou ayant téléchargé le dossier d'appel d'offres et ce par lettre recommandée avec accusé de réception, par fax confirmé ou par voie électronique. Il est également mis à la disposition de tout autre concurrent dans le portail des marchés publics et communiqué aux membres de la commission d'appel d'offres.

Les éclaircissements ou renseignements fournis par le maître d'ouvrage doivent être communiqués au demandeur et aux autres concurrents dans les sept (7) jours suivant la date de réception de la demande d'information ou d'éclaircissement du concurrent. Toutefois, lorsque ladite demande intervient entre le dixième et le septième jour précédant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis la réponse doit intervenir au plus tard trois (3) jours avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis.

Article n°10 : Modification dans le dossier d'appel d'offres

Conformément aux dispositions de l'article n°19 § 7 du règlement des marchés de l'OFPPT, exceptionnellement, le maître d'ouvrage peut introduire des modifications dans le dossier d'appel d'offres sans changer l'objet du marché. Ces modifications sont

communiquées à tous les concurrents ayant retiré ou ayant téléchargé ledit dossier, et introduites dans les dossiers mis à la disposition des autres concurrents.

Lorsque les modifications nécessitent la publication d'un avis rectificatif, celui-ci est publié conformément aux dispositions de l'alinéa 1 du paragraphe 1-2 de l'article 20 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.

Les concurrents ayant retiré ou téléchargé les dossiers d'appel d'offres doivent être informés des modifications prévues ci-dessus ainsi que 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 compte tenu 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 courrier porté avec accusé de réception, par fax confirmé ou par courrier électronique confirmé, le report de la date de la séance d'ouverture des plis. La lettre du concurrent doit comporter tous les éléments permettant au maître d'ouvrage d'apprécier sa demande de report.

Si le maître d'ouvrage reconnaît le bienfondé de la demande du concurrent, il peut procéder 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.

Dans ce cas, le report de la date de la séance d'ouverture des plis, ne peut être effectué qu'une seule fois quel que soit le concurrent qui le demande.

Article n°11 : Répartition en lots

Le jugement des offres, prévu pour le présent appel d'offres, est un jugement par lot. **Le soumissionnaire peut faire une offre pour un seul lot de l'appel d'offres.**

Article n°12 : Présentation des dossiers des concurrents

Conformément aux dispositions de l'article n°29 du règlement des marchés de l'OFPPT :

A- Le dossier présenté par chaque concurrent est mis dans un pli cacheté portant :

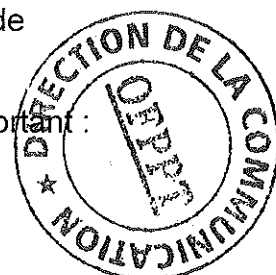
- Le nom et l'adresse du concurrent ;
- L'objet du marché ;
- La date et l'heure de la séance d'ouverture des plis ;
- L'avertissement que " le pli ne doit être ouvert que par le président de la commission d'appel d'offres lors de la séance publique d'ouverture des plis ".

B- Ce pli contient trois enveloppes distinctes :

- a) La première enveloppe comprend le dossier administratif, le dossier technique, le cahier des prescriptions spéciales dûment signés et paraphés par le concurrent ou son représentant dûment habilité à cet effet.

Cette enveloppe doit être cachetée et porter de façon apparente la mention « **dossiers administratif et technique** ».

- b) La deuxième enveloppe comprend l'offre financière du concurrent. Elle doit être cachetée et porter de façon apparente la mention « **offre financière** ».



- c) La troisième enveloppe contient l'offre technique. Elle doit être cachetée et porter de façon apparente la mention « **offre technique** ».

C- Les enveloppes visées aux paragraphes a, b et c du B ci-dessus indiquent de manière apparente :

- Le nom et l'adresse du concurrent ;
- L'objet du marché ;
- La date et l'heure de la séance d'ouverture des plis.



Article n°13 : Dépôt des plis des concurrents

Conformément aux dispositions de l'article 31 du règlement des marchés de l'OFPPT, les plis sont, au choix des concurrents :

- Soit déposés, contre récépissé, dans le bureau de la Direction des Approvisionnements et Logistique (Service des Marchés), sis Intersection de la Route BO n°50 et la R.N.11 (Route Nouaceur, Sidi Maârouf) – Casablanca ;
- Soit envoyés, par courrier recommandé avec accusé de réception, au bureau précité ;
- Soit remis, séance tenante, au président de la commission d'appel d'offres au début de la séance, et avant l'ouverture des plis.

Le délai pour la réception des plis expire à la date et à l'heure fixée par l'avis d'appel d'offres pour la séance d'ouverture des plis.

Les plis déposés ou reçus postérieurement au jour et à l'heure fixés ne sont pas admis.

Article n°14 : Retrait des plis.

Conformément aux dispositions de l'article 32 du règlement des marchés de l'OFPPT, tout pli déposé ou reçu peut être retiré antérieurement au jour et à l'heure fixée pour l'ouverture des plis.

Le retrait du pli fait l'objet d'une demande écrite et signée par le concurrent ou son représentant dûment habilité à cet effet.

Les concurrents ayant retiré leurs plis peuvent, dans les conditions prévues à l'article 14 ci-dessus, présenter de nouveaux plis.

Article n°15 : Délai de validité des offres

Conformément aux dispositions de l'article n°33 du règlement des marchés de l'OFPPT, les concurrents restent engagés par leurs offres pendant un délai de **soixante-quinze (75) jours**, à compter de la date de la séance d'ouverture des plis.

Si la commission d'appel d'offres estime ne pas être en mesure d'effectuer son choix pendant le délai prévu ci-dessus, le maître d'ouvrage saisit les concurrents, avant l'expiration de ce délai par lettre recommandée avec accusé de réception ou par fax confirmé ou par tout autre moyen de communication donnant date certaine et leur propose une prorogation pour un nouveau délai qu'il fixe. Seuls les concurrents ayant donné leur accord par lettre recommandée avec accusé de réception ou par fax ou par tout autres moyens de communication donnant date certaine adressée au maître

d'ouvrage, avant la date limite fixée par ce dernier, restent engagés pendant ce nouveau délai.

Article n°16 : Langue de l'Offre

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

Tout document imprimé fourni par le concurrent peut être rédigé en une autre langue dès lors qu'il est accompagné d'une traduction en langue française par une personne/autorité compétente, des passages intéressants l'offre. Dans ce cas et aux fins de l'interprétation de l'offre, la traduction française fait foi.

Article n°17 : Monnaie de l'offre

Pour le concurrent non installé au Maroc, la monnaie dans laquelle le prix des offres doit être formulé et exprimé est l'Euro ou le dollar USA. 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°18 : Dépenses encourues du fait de l'appel d'offres

Le concurrent 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°19 : Evaluation des offres des concurrents.

Les offres financières des concurrents admissibles sont examinées conformément aux dispositions des articles 36, 38, 39 et 40 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.

Les capacités techniques et financières des concurrents seront appréciées comme suit :

3. Seuls seront retenus, les concurrents ayant présenté au moins une attestation de références, conformes aux prescriptions de l'article 5-alinéa B-2 du présent règlement de consultation, se rapportant à des prestations de la même famille, de celles objet du présent appel d'offres, réalisées au cours des années (2016, 2017, 2018 inclus), et dont le montant est supérieur ou égal à 2 millions de dirhams pour le lot 1 et 1 million de dirhams pour le lot 2.
- Aussi, il est précisé qu'en cas d'attestation délivrée par un groupement, celle-ci sera appréciée pour la cote part réalisée par le (s) concurrent(s) ou à défaut de renseignement, pour part égale du montant globale de l'attestation.



Les offres techniques seront évaluées comme suit :

Critères d'évaluation :

Lot N°1 : Assistance en communication globale et achat média

Critères d'appréciation de la société	Système de notation	Documents servant de base pour l'appréciation	Note N _T
Pertinence de la réflexion stratégique	<i>Insuffisante (0 point) Assez satisfaisante (15 point) Satisfaisante (30 points)</i>	Note de réflexion stratégique autour de la problématique de communication de l'OFPPT	N1/30
Proposition technique	<u>Proposition d'une campagne de communication</u> - Pertinence de la proposition : 4 points - Innovation : 3 points - Faisabilité : 3 points <u>Création graphique</u> - Respect de la charte graphique : 3 points - Innovation et créativité : 4 points - Compatibilité avec la cible : 3 points	Proposition d'une campagne de communication avec création graphique	N2/20
Ancienneté du soumissionnaire dans le domaine de l'appel d'offres	<ul style="list-style-type: none"> • âge ≤ 3 ans : 0 point • 3 < âge < 5 ans : 5 points • Age ≥ 5 ans : 10 points 	Attestation du Registre du commerce	N3/10
Expérience du Directeur Stratégie	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 15 ans: 10 pts • 10 ≤ Expérience < 15 ans : 5 pts • Expérience < 10 ans: 0 pts 	CV du directeur stratégie Liste des assurés déclarés à la CNSS	N4 /10
Expérience du Directeur de clientèle	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 10 ans: 10 pts • 5 ≤ Expérience < 10 ans : 5 pts • Expérience < 5 ans: 0 pts 	CV du directeur de clientèle Liste des assurés déclarés à la CNSS	N5 /10
Qualification de l'équipe des intervenants*	<u>Formation :</u> • Bac+5 ou plus : 5 pts • Bac+3 ou Bac +4: 2 pts • Bac+2 et moins : 0 pts <u>Expérience :</u> • Expérience ≥ 10 ans: 15 pts • 5ans ≤ Expérience < 10 ans : 10pts • 3ans ≤ Expérience < 5ans : 5 pts • Expérience < 3 ans: 0 pts ✓ La note obtenue par chacun des critères (formation et expérience) est la moyenne des notes de chacun des intervenants ; ✓ La note N6 est la somme des notes obtenues dans chacun des 2 critères	Liste des assurés déclarés à la CNSS Les CVs de l'équipe des intervenants : 1. Un directeur de création ; 2. Un directeur artistique ; 3. Un concepteur rédacteur ; 4. Un média planeur. NB : Le soumissionnaire doit présenter un seul CV par intervenant. - En cas de plusieurs profils, seul le profil le mieux noté sera retenu. - Dans le cas de la non présentation d'un profil pour un intervenant, le soumissionnaire aura la note zéro (0) pour cet intervenant.	N6/20

* 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 : $N_T = N1 + N2 + N3 + N4 + N5 + N6$



Lot N°2 : Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web

Critères d'appréciation de la société	Système de notation	Documents servant de base pour l'appréciation	Note N _T
Pertinence de la réflexion stratégique	<u>Insuffisante (0 point)</u> <u>Assez satisfaisante (15 point)</u> <u>Satisfaisante (30 points)</u>	Note de réflexion stratégique autour de la problématique de communication digitale de l'OFPPT	N1/30
Proposition technique	<u>Proposition d'une campagne de communication digitale :</u> - Pertinence de la proposition : 4 points - Innovation : 3 points - Faisabilité : 3 points <u>Création graphique</u> - Respect de la charte graphique : 3 points - Innovation et créativité : 4 points - Compatibilité avec la cible : 3 points -	Proposition d'une campagne de communication digitale avec création graphique	N2/20
Ancienneté du soumissionnaire dans le domaine de l'appel d'offres	<ul style="list-style-type: none"> • âge ≤ 3 ans : 0 point • 3 < âge < 5 ans : 5 points • Age ≥ 5 ans : 10 points 	Attestation du Registre du commerce	N3/10
Expérience du Directeur de clientèle	<ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 10 ans: 10 pts • 5 ≤ Expérience < 10 ans : 5 pts • Expérience < 5 ans: 0 pts 	CV du directeur de clientèle Liste des assurés déclarés à la CNSS	N4 /10
Qualification de l'équipe des intervenants*	<u>Formation :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Bac+5 ou plus : 10 pts • Bac+3 ou Bac +4: 5 pts • Bac+2 et moins : 0 pts <u>Expérience :</u> <ul style="list-style-type: none"> • Expérience ≥ 10 ans: 20 pts • 5ans ≤ Expérience < 10 ans : 15pts • 3ans ≤ Expérience < 5ans : 10 pts • Expérience < 3 ans: 0 pts <ul style="list-style-type: none"> ✓ La note obtenue par chacun des critères (formation et expérience) est la moyenne des notes de chacun des intervenants ; ✓ La note N6 est la somme des notes obtenues dans chacun des 2 critères 	Liste des assurés déclarés à la CNSS Les CVs de l'équipe des intervenants : <ol style="list-style-type: none"> 1. Un directeur artistique ; 2. Un concepteur rédacteur ; 3. Un social média manager ; 4. Un trafic manager ; 5. Un média planeur. NB : Le soumissionnaire doit présenter un seul CV par intervenant. <ul style="list-style-type: none"> - En cas de plusieurs profils, seul le profil le mieux noté sera retenu. - Dans le cas de la non présentation d'un profil pour un intervenant, le soumissionnaire aura la note zéro (0) pour cet intervenant. 	N5/30

*** 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**

- 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 retenues pour l'étape suivante.



La commission peut, avant de se prononcer, charger une sous-commission technique pour analyser les offres proposées.

Conformément aux dispositions des articles 39, 40 et 41 du Règlement des Marchés de l'OFPPT précité, l'examen des offres financières concerne les seuls concurrents admis à l'issue de l'examen de leurs dossiers administratifs et techniques et leur offre technique.

Le marché sera attribué au concurrent, retenu à l'issue de l'examen des dossiers administratifs et techniques, de l'offre technique et **de l'offre financière maximale la moins-disante**.

NB : En application des dispositions de l'article 27 du règlement des marchés l'OFPPT précité, les corrections des erreurs arithmétiques s'effectueront de la manière suivante :

- En cas de discordance entre les prix unitaires du bordereau des prix et ceux du détail estimatif, les prix du bordereau des prix prévalent ;
- En cas de discordance entre le montant total de l'acte d'engagement et de celui du bordereau des prix-détail estimatif, le montant de ce dernier document est tenu pour bon pour établir le montant réel de l'acte d'engagement.

Article n°20 : Réunion d'information

Il est prévu une réunion d'information dans les conditions et modalités prévues par les articles 20 et 23 du règlement des marchés de l'office. La date de la réunion d'information organisée par le Maître d'ouvrage à l'attention des concurrents sera **fixée dans l'avis d'Appels d'offres**.

Le Maître d'Ouvrage

Youssef CHEIKHI

Directeur Communication

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 sur offres des prix N°...../2019 du

Objet :

- **Lot N°1:** Assistance en communication globale et achat média.
- **Lot N°2:** Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web.

Passé en application de l'alinéa 2, paragraphe 1 de l'article 16 et paragraphe 1 de l'article 17 et alinéa 3 paragraphe 3 de l'article 17 et de l'article 6 (**marché – cadre** du règlement des marchés, approuvé le 18 Chaâbane 1435 (16 Juin 2014), relatif aux marchés de l'office de la formation professionnelle et de la promotion du travail (OFPPT).

B - Partie réservée au concurrent**a) Pour les personnes physiques**

Je (1), soussigné : (Prénom, nom et qualité) agissant en mon nom personnel et pour mon propre compte, adresse du domicile élu affilié à la CNSS sous le (2) inscrit au registre du commerce de (Localité) sous le n° (2) n° de patente (2)

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

b) Pour les personnes morales

Je (1), 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:

Affiliée à la CNSS sous le n° (2) et (3)

Inscrite au registre du commerce (localité) sous le N° (2) et (3)

N° de patente (2) et (3)

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

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 annuel minimum :**

- Le montant minimal en Dirhams Hors TVA :
- Le montant de la TVA (taux %) :
- Le montant minimal en Dirhams Toutes Taxes Comprises :

± **Montant annuel maximum :**

- Le montant maximal en Dirhams Hors TVA :
- Le montant de la TVA (taux %) :
- Le montant maximal en Dirhams Toutes Taxes Comprises :

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) (4) ouvert à mon nom (ou au nom de la société) à..... (Localité), sous relevé d'identification bancaire (RIB) numéro.....

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 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.

(3) ces mentions ne concernent que les personnes assujetties à cette obligation.

(4) supprimer les mentions inutiles



MODELE DE DECLARATION SUR L'HONNEUR

DECLARATION SUR L'HONNEUR (*)

- Mode de passation : Appel d'offres ouvert, sur offres des prix.

Objet:

- **Lot N°1:** Assistance en communication globale et achat média
- **Lot N°2:** Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web

A - Pour les personnes physiques

Je, soussigné : (Prénom, nom et qualité)

Agissant en mon nom personnel et pour mon propre compte,

Adresse du domicile élu :

Affilié à la CNSS 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 (RIB)

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

B - 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.....

Affiliée à la CNSS sous le n° (1)

Inscrite au registre du commerce (Localité) sous le N° (1)

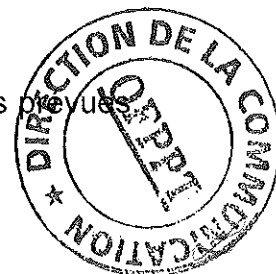
N° de patente (1)

N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (RIB)

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

- 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 remplit les conditions prévues à l'article 24 du Règlement des Marchés de l'OFPPT approuvé le 18 Chaâbane 1435 (16 Juin 2014);
- 3- Etant 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 24 du Règlement des Marchés de l'OFPPT ;



- 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 maître d'ouvrage a prévues dans ledit cahier ;
 - à confier les prestations à sous-traiter à des PME installées au 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 tel que prévu à l'article 151 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.
- 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.
- 10- je reconnais avoir pris connaissance des sanctions prévues par l'article 142 du Règlement des Marchés de l'OFPPT, 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.
- (2)** à supprimer le cas échéant.
- (3)** Lorsque le CPS le prévoit.
- (4)** à prévoir en cas d'application de l'article 139 du Règlement des Marchés de l'OFPPT.
- (*)** en cas de groupement, chacun des membres doit présenter sa propre déclaration sur l'honneur.



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



CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPÉCIALES

Marché N° / 2019.

Passé en application de l'alinéa 2, paragraphe 1 de l'article 16 et paragraphe 1 de l'article 17 et alinéa 3 paragraphe 3 de l'article 17 et de l'article 6 (**marché – cadre**), du règlement des marchés, approuvé le 18 Chaâbane 1435 (16 Juin 2014), relatif aux marchés de l'office de la formation professionnelle et de la promotion du travail (OFPPT).

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,

ARTICLE 1 : OBJET DU MARCHÉ

- **Lot N°1:** Assistance en communication globale et achat média
- **Lot N°2:** Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion
de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web



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,
- 3- Le bordereau des prix - détail estimatif,
- 4- L'offre technique du titulaire,
- 5- les termes de références ;
- 6- 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 :

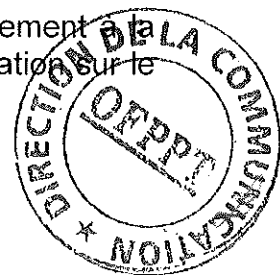
- Le règlement des marchés, approuvé le 18 Chaâbane 1435 (16 juin 2014), relatif aux marchés publics de l'Office de la Formation Professionnelle et de la Promotion du Travail (OFPPT).
- Le Décret n° 2-01-2332 du 22 rabii I 1423 (4 juin 2002), approuvant le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés de services portant sur les prestations d'études et de maîtrise d'œuvre (CCAG-EMO).
- 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 Royal n° 330-66 du 10 Moharrem 1387 (21 Avril 1967) portant règlement général de la comptabilité publique tel qu'il a été modifié et complété.
- Le dahir du n°1-15-05 du 29 Rabii II 1436 (19 février 2015) portant promulgation de la loi n°112-13, relative aux nantissements des marchés publics.
- Le dahir n°1.85.347 du 20/12/1985, portant promulgation de la loi n°30-85, relative à la taxe sur la valeur ajoutée (TVA).
- L'arrêté 2-3663 du 13/07/2005 portant organisation financière et comptable de l'OFPPT.
- Les textes législatifs 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.

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 : CONTENU 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

Le présent marché cadre est conclu pour une **période déterminée, n'excédant pas l'année en cours**. Il sera reconduit tacitement d'année en année dans la limite **d'une durée totale de trois (03) années**. La durée du marché-cadre court à compter de la date de commencement de l'exécution des prestations prévue par ordre de service.

La non reconduction du marché est prise à l'initiative de l'une des deux parties au marché moyennant un préavis de deux (2) mois adressé par lettre recommandée avant sa date d'échéance. Elle donne lieu à la résiliation du marché.

Pendant la durée du marché cadre, 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 :

Lot N°1 : Assistance en communication globale et achat média



Désignation des Prestations	Délai de réalisation
Elaboration de la stratégie et du plan de communication annuel	1 mois
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	15 jours
Conception de story Board et suivi de la production d'un film institutionnel	15 jours

Conception et exécution d'une version de base	1 semaine
Déclinaison de tout support à un autre support	1 semaine
Elaboration d'un media planning TV	15 jours
Achat média pour un budget de 1 dh Hors taxes, dégressifs OFPPT compris	15 jours

Lot N°2 : Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web

Désignation des Prestations	Délai de réalisation
Elaboration de la stratégie digitale et du plan de communication digital annuel	1 mois
Assistance à la gestion et modération des réseaux sociaux	Mensuel
Production des contenus visuels et éditoriaux	2 jours
Production des formats Rich média pour les réseaux sociaux	3 jours
Conception et exécution d'une campagne de communication digitale	15 jours
Achat média pour un budget de 1 dh Hors taxes, dégressifs OFPPT compris	15 jours
Suivi de l'E-réputation	Mensuel
Conception et exécution d'une version de base	1 semaine
Déclinaison de tout support à un autre support	1 semaine

- 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.

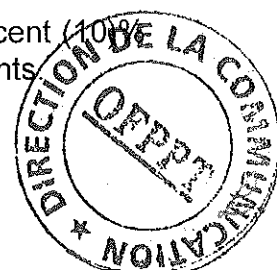
ARTICLE 9 : PENALITES DE RETARD

Le titulaire encourt, sans mise en demeure préalable, une pénalité de **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 :

- Lot 1 : **60.000 Dhs**
- Lot 2 : **40.000 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 70 du CCAG applicable, 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.

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 et le 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 être fait 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. Trimestriellement et en application de l'article 47 du CCAG-EMO, le maître d'ouvrage procède à la vérification de la conformité des prestations de services réalisées aux spécifications techniques du marché et prononce, le cas échéant et en application de l'article 49 du CCAG-EMO, la réception partielle des prestations concernées. Cette réception sera sanctionnée par l'établissement d'un procès-verbal de réception.

La dernière réception tient lieu de réception définitive du marché.

ARTICLE 17 : MODE DE PAIEMENT

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

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

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

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

ARTICLE 18 : 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 19 : SOUS-TRAITANCE

Toute sous-traitance éventuelle au titre de ce marché se fera dans les conditions de l'article 141 du règlement des marchés de l'OFPPT.

ARTICLE 20 : 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 21 : VALIDITE DU MARCHÉ

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

ARTICLE 22 : DELAI DE NOTIFICATION DE L'APPROBATION DU MARCHÉ

L'approbation du marché doit être notifiée à l'attributaire dans un délai maximum de **soixante-quinze (75) 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 ~~136~~ du règlement des marchés de l'OFPPT.

ARTICLE 23 : DELAI ET RETENUE DE GARANTIE

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

ARTICLE 24 : 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 25 : 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 26 : NANTISSEMENT

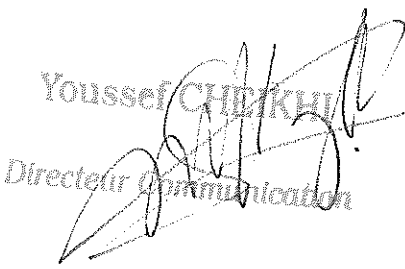
Dans l'éventualité d'une affectation en nantissement, il sera fait application des dispositions de la loi n° 112-13 relative au nantissement des marchés publics promulguée par le dahir n° 1-15-05 du 29 rabii II (19 février 2015), étant précisé que :

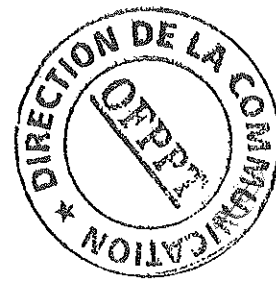
- 1- La liquidation des sommes dues par le maître d'ouvrage en exécution du marché sera opérée par le Directeur Général de l'OFPPT ou par la personne ayant reçu délégation à cet effet ;
- 2- Au cours de l'exécution du marché, les documents cités à l'article 8 de la loi n°112-13 peuvent être requis du maître d'ouvrage, par le titulaire du marché ou le bénéficiaire du nantissement ou de la subrogation, et sont établis sous sa responsabilité.
- 3- Lesdits documents sont transmis directement à la partie bénéficiaire du nantissement avec communication d'une copie au titulaire du marché, dans les conditions prévues par l'article 8 de la loi n° 112-13.
- 4- Les paiements prévus au marché seront effectués par le trésorier payeur auprès de l'OFPPT seul qualifié pour recevoir les significations des créanciers du titulaire du marché.
- 5- Le maître d'ouvrage remet au titulaire du marché une copie du marché portant la mention « exemplaire unique » dûment signé et indiquant que ladite copie est délivrée en exemplaire unique destiné à former titre pour le nantissement du marché.



ARTICLE 27 : RESILIATION DU MARCHE

Le marché peut être résilié par l'OFPPT de plein droit dans tous les cas de figure prévus par les textes en vigueur (Décret n° 2-01-2332 du 04 Juin 2002 - CCAG-EMO et Règlement des Marchés de l'OFPPT approuvé le 18 Chaâbane 1435 (16 Juin 2014)).

LE CONCURRENT	LE MAITRE D'OUVRAGE
Lu et accepté	 Youssef CHEIKHI Directeur Communication



Termes de références



Lot N°1: Assistance en communication globale et achat média
A : CONTEXTE GENERAL DU MARCHE
1. Brève présentation de l'OFPPT

Depuis sa création en 1974, l'OFPPT s'emploie à étoffer son réseau d'Etablissements, à améliorer la qualité de ses prestations, à promouvoir l'insertion de ses lauréats.... L'OFPPT, a pour missions de :

- Satisfaire les besoins en ressources humaines qualifiées au profit des opérateurs économiques et contribuer ainsi à l'amélioration de leur compétitivité à travers une large palette de formations dans tous les niveaux ;
- Renforcer les compétences des salariés grâce à une offre diversifiée de formations continues ;
- Favoriser l'Employabilité des jeunes et encourager l'Entrepreneuriat, notamment par l'appui à la création de petites et moyennes entreprises.

Ainsi, l'OFPPT assure une large palette de formations, qui offrent aux jeunes des compétences, favorisent leur employabilité et apportent des réponses proactives aux besoins des Entreprises :

- **554.000** places pédagogiques en 2018/2019 ;
- **10 578** collaborateurs dont **8557** formateurs ;
- **11** Directions Régionales ;
- **368** Etablissements de formation à travers le Royaume ;
- **320** Métiers dont **103** formations qualifiantes.


2. Objectifs de la stratégie de communication :

Pour inciter les jeunes à s'inscrire en formation, l'OFPPT procède régulièrement à des campagnes de communication.

Ces campagnes utilisent, entre autres moyens de communication, la TV, la Radio, la presse, l'affichage, le digital et se donnent comme objectifs :

- d'informer sur le démarrage des inscriptions dans les Etablissements de l'OFPPT ;
- de présenter les formations dispensées par l'OFPPT ;
- de mettre en avant l'employabilité des lauréats de l'OFPPT ;
- d'améliorer l'image de l'Institution globalement, auprès des différentes cibles.

3. Objectifs de communication et cibles
3-1. Formation initiale :

Les objectifs de la communication concernant la formation initiale sont :

- Améliorer l'image et la notoriété de l'OFPPT auprès de la cible ;
- Augmenter le taux d'affluence des cibles concernées vers les établissements ;
- Ne plus considérer l'OFPPT comme dernier recours.

Les cibles concernées par la formation initiale sont :

- Les jeunes susceptibles de rejoindre les Niveaux BAC PRO, Technicien et Technicien spécialisé, ainsi que leurs parents ;
- Les jeunes susceptibles de rejoindre les Niveaux Spécialisation et Qualification, et Parcours Collégial professionnel ainsi que leurs parents ;

- Les personnes susceptibles de rejoindre les cycles de Formation Qualifiante ;
- Les personnes susceptibles de rejoindre les Cours du soir.

3-2. Services aux entreprises :

Les objectifs de la communication concernant les services aux entreprises sont :

- Améliorer l'image et la notoriété de l'OFPPT auprès de la cible ;
- Informer la cible sur les services aux entreprises offerts par l'OFPPT (formation continue, ingénierie de la formation, assistance au recrutement...) et l'encourager à utiliser ces services ;
- Vulgariser le dispositif des Contrats Spéciaux de Formation, auprès de la cible.

Les cibles concernées par les services aux entreprises sont les Grands comptes, les Administration et grandes entreprises, les PME/PMI, TPE....

3-3. Communication institutionnelle :

Les objectifs de la communication institutionnelle sont :

- Améliorer l'image et la notoriété de l'OFPPT auprès de ses différentes et informer les différentes cibles sur les réalisations et performances de l'OFPPT, ainsi que sa contribution au développement socioéconomique du pays ;
- Procéder aux insertions d'annonces de vœux à l'occasion de fêtes nationales.

3.4. Communication interne a pour objectifs d'assurer

- ✓ Une communication fédératrice et participative:
- ✓ une meilleure écoute permettant l'interactivité et les feedbacks
- ✓ répondant aux attentes des collaborateurs en matière d'informations
- ✓ donner du sens aux actions menées par l'Institution et favoriser l'appropriation et la cohésion;
- ✓ garantir l'adéquation entre communication interne et externe...

B : PRESTATIONS OBJETS DU PRESENT MARCHÉ

I- Descriptif des prestations

1. Elaboration de la stratégie et du plan de communication annuel :

Le prestataire doit élaborer une stratégie de communication (externe et interne) qui détermine par cible les objectifs, les messages, les canaux de communication...

Le prestataire doit élaborer un plan de communication et veiller à l'optimisation des investissements pour toutes les cibles concernées en tenant compte des objectifs par cible et par prestation.

Le plan de communication doit contenir les actions média et hors média ainsi que la planification des différentes actions et campagnes sur l'année.

Pour chaque action ou campagne, il faut préciser les objectifs, les cibles, les canaux, le budget...

Livrables :

- *Stratégie et plan de communication en deux exemplaires plus une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...), livré au siège de l'OFPPT.*



2. Conception et exécution d'une campagne de communication :

A partir d'une réunion de brief, l'agence devra concevoir la campagne de communication : la stratégie, la création, le concept, les déclinaisons par support, le plan media, les actions hors media, le budget... **(Y compris les achats d'arts)**.

Cette campagne peut découler du plan d'action préétabli ou être opération non planifiée.

Livrables :

- *Le plan de la campagne en deux exemplaires en plus d'une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...) ;*
- *Les Créations et les déclinaisons par support.*

3. 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)**.

Livrables :

Fichiers en MP3 sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

4. 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 (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).*

5. Conception de story Board et suivi de la production de spot TV :

La prestation consiste en la recherche de concepts, rédactions de message, réalisations de story board ainsi que la rédaction des spécifications techniques et le suivi (tournages, PPM...) de la production du spot TV.

Livrables :

- *Script et Story board ;*
- *Spécifications techniques du spot ;*
- *Rapport de suivi de production du spot ;*
- *Les documents doivent être livrés en deux exemplaires en plus d'une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).*

6. Conception story Board et suivi de la production du film institutionnel :

La prestation consiste en la recherche de concepts, rédactions de message, réalisations de story board ainsi que la rédaction des spécifications techniques et le suivi (tournages, PPM...) de la production du film institutionnel.

Livrables :

- *Script et Story board ;*
- *Spécifications techniques du film ;*
- *Rapport de suivi de production du film ;*



- Les documents doivent être livrés en deux exemplaires en plus d'une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

7. Conception et exécution d'une version de base :

La prestation consiste à la conception créative et exécution des versions de base : propositions de concepts créatifs (dépliants, affiches, banderoles, bâches, annonces, bannières, etc.), en plus de la rédaction de contenu rédactionnel et éditorial (articles, discours, communiqués de presse, et autres), 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.

Livrables :

Fichier exécutable sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

8. 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), Format à un autre (ex : format A4 en format A1) ou version à une autre (ex : français en arabe), en plus des retouches chromatiques et traitement de visuels, adaptation et mise au format du fichier.

Livrables :

Fichier exécutable sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

9. Elaboration d'un media planning TV:

Le prestataire doit élaborer un plan média TV et veiller à l'optimisation des investissements pour toutes les cibles concernées en tenant compte des objectifs de la campagne.

Livrables :

Un média planning TV en deux exemplaires plus les fichiers sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

10. Achat média :

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

- Elaborer des medias planning, pour chaque campagne, et les soumettre à la validation de l'OFPPT.
- Négocier auprès des différents supports les meilleurs dégressifs et optimiser le budget d'achat d'espace de l'OFPPT (le prestataire doit tenir compte des dégressifs accordés à l'OFPPT).
- La commande et le paiement de la diffusion des médias planning pour le compte de l'OFPPT 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 négociés par l'agence.



- La déclinaison des créations selon les formats prévus et la duplication sur supports adaptés pour les remettre aux medias 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.
- 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 demander l'accord préalable de l'OFPPT pour toute nouvelle programmation.
- Mise en place d'outils de mesures des performances des différentes campagnes ;

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 média pour un budget de **1 Dh HT**, dégressifs OFPPT compris est de **1Dh +/- X dhs**

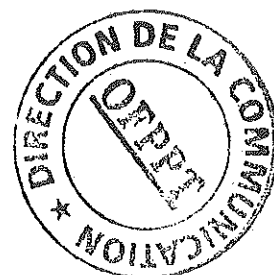
Exemple si l'agence propose une commission de +/- X DH, le prix unitaire HT à indiquer est de 1DH +/- X DH.

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

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

Livrables :

- *Un média planning en deux exemplaires plus les fichiers sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...)* ;
- *Les justificatifs de diffusion ;*
- *Les factures des supports médiatiques.*



II- Organisation des ressources et gestion de projet :

L'agence conseil en communication 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.

III- L'Equipe 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 stratégie ;
- Un directeur de création ;
- Un directeur artistique ;
- Un concepteur rédacteur ;
- Un média planeur.

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.

V. 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.



Lot N°2 : Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web

I- Présentation générale du projet

Le présent lot a pour objet la promotion de l'offre de formation sur l'ensemble des canaux digitaux, l'établissement d'une véritable proximité avec les différentes cibles et l'assistance à la gestion des espaces sociaux de l'OFPPT.

Il est nécessaire pour l'OFPPT de développer et optimiser sa présence sur les médias sociaux afin de :

- Proposer aux différentes cibles du contenu à forte valeur ajoutée et entretenir une relation directement avec les candidats et stagiaires (cœur de cible de l'OFPPT) ;
- Valoriser les services et prestations qu'offre l'OFPPT ;
- Positionner l'OFPPT sur un double territoire : Celui d'une entreprise de services efficace, moderne, ouverte sur l'extérieur, proche de ses publics cibles et celui d'un acteur central de la formation professionnelle, une référence dans ce domaine.

L'OFPPT est actuellement présent sur Facebook, YouTube et LinkedIn.

II- Description des prestations

1. Elaboration de la stratégie et du plan de communication digital annuel :

En tenant en compte des orientations de la stratégie de communication de l'OFPPT, le prestataire doit élaborer une stratégie de communication digitale. Elle doit être déclinée, notamment à travers la stratégie créative, la stratégie social média, la stratégie d'influence, la veille et e-réputation...

Le prestataire doit élaborer un plan de communication et veiller à l'optimisation des investissements pour toutes les cibles concernées en tenant compte des objectifs par cible et par prestation.

Le plan de communication doit contenir la planification des différentes actions et campagnes sur l'année.

Pour chaque action ou campagne, il faut préciser les objectifs, les cibles, les canaux, le budget...

Livrables :

Stratégie et plan de communication digital en deux exemplaires plus une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...), livré au siège de l'OFPPT.

2. Assistance à la gestion et modération des médias sociaux :

Le prestataire doit assurer la modération active des espaces sociaux ainsi que l'espace chat du site web de l'OFPPT 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 procéder au développement d'une planification éditoriale pour l'ensemble des réseaux sociaux.

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

Le prestataire doit assurer une veille permanente sur les pages non officielles créées au nom de l'OFPPT et entreprendre le processus pour les supprimer. Il doit également procéder à la vérification des comptes de l'OFPPT (Pages officielles, pages créées par les directions régionales...) et définir une méthodologie pour leur gestion ou éventuellement leur fusion/suppression.



Livrables :

- Planning éditorial bimensuel.
- *Rapport mensuel d'activités sur les réseaux sociaux.*

3. 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.

Livrables :

- *Fichier exécutable sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques).*

4. 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 l'OFPPT sur les réseaux sociaux (Micro vidéo (30s), GIF animés, Carrousels, Infographies...) et leur adaptation aux spécificités techniques de chaque réseau social.

Livrables :

- *Fichier exécutable sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques).*

5. Conception et exécution d'une campagne de communication digitale :

Le prestataire doit proposer un concept créatif pour le canal digital et réaliser un Key Visual.

Le concept proposé devra être décliné sur les différents supports de la campagne proposée sur la base des recommandations média. La déclinaison des formats sera à la charge du prestataire.

L'agence devra proposer un plan média en incluant les espaces publicitaires en accord avec les objectifs de l'OFPPT. Il est primordial que l'agence puisse proposer des supports impactant et dont la ligne éditoriale est cohérente avec celle de l'organisme.

Livrables :

- *Le plan de la campagne digitale en deux exemplaires en plus d'une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...)* ;
- *Les Créations et les déclinaisons par support.*

6. Achat média :

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

- Elaborer des medias planning, pour chaque campagne, et les soumettre à la validation de l'OFPPT.
- Négocier auprès des différents supports les meilleurs dégressifs et optimiser le budget d'achat d'espace de l'OFPPT (le prestataire doit tenir compte des dégressifs accordés à l'OFPPT).
- La commande et le paiement de la diffusion des médias planning pour le compte de l'OFPPT 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 négociés par l'agence.
- La déclinaison des créations selon les formats prévus et la duplication sur supports adaptés pour les remettre aux medias 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.
- L'information de l'OFPPT de tout changement éventuel quant à l'exécution des commandes de diffusion et demander l'accord préalable de l'OFPPT pour toute nouvelle programmation.
- Mise en place d'outils de mesures des performances des différentes campagnes : Pour assurer le suivi de la campagne, des reporting devront être produit 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.
- Déploiement des outils d'Ad-serving et Ad-tracking ;
- Intégration aux plateformes existantes (Web) : Le prestataire doit prendre en charge la mise en place des tags sur les plateformes web de l'OFPPT.

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 média pour un budget de **1 Dh HT**, dégressifs OFPPT compris est de **1Dh +/- X dhs**

Exemple si l'agence propose une commission de +/- X DH, le prix unitaire HT à indiquer est de 1DH +/- 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 média réellement réalisé, dégressifs OFPPT compris.

Livrables :

- *Un média planning en deux exemplaires plus les fichiers sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...)* ;
- *Les justificatifs de diffusion ;*
- *Les factures des supports médiatiques.*



7. 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 de l'OFPPT et proposer les actions à mettre en place suivant les résultats du rapport.

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, ainsi qu'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.

Livrables :

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



8. Conception et exécution d'une version de base :

La prestation consiste à la conception créative et exécution des versions de base (ex : bannière, Template e-mailing, page web...) : propositions de concepts créatifs, la recherche de concept, réalisation de maquettes, recherche typographique, rédaction des accroches et des textes, achat d'arts.

Livrables :

- Fichier exécutable sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

9. Déclinaison de tout support à un autre :

La prestation consiste aux déclinaisons de tout support à un autre (ex : bannière en habillage...), de tout format à un autre (ex : pop-up en interstitiel...) ou version à une autre (ex : français en arabe), en plus des retouches chromatiques et traitement de visuels, adaptation et mise au format du fichier.

Les bannières peuvent être animées ou statiques.

Livrables :

- Fichiers exécutables sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

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 stratégiques, artistiques et créatives, 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.

L'Agence devra détailler l'ensemble des ressources humaines (par métier) affectées, ainsi que les process de travail qui doivent impérativement prendre en compte le volet reporting (suivi régulier et formel). Il est impératif que les équipes créatives et stratégiques soient impliquées en amont au niveau de toutes les réflexions stratégiques et créatives, et ce afin d'appréhender les spécificités et susceptibilités des cibles concernées.

L'EQUIPE CLE DU PRESTATAIRE :

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

- Un directeur de clientèle (Interlocuteur principal) ;
- Un Directeur artistique ;
- Un concepteur rédacteur ;
- Un social media manager ;
- Un trafic manager ;
- Un media planeur.

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'agence, 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.



BORDEREAU DES PRIX – DETAIL ESTIMATIF**LOT N°1 : Assistance en communication globale et achat média**

Art	Désignation des Prestations	Unité de mesure	Quantité		Prix unitaire HT en chiffres (3)	Prix HT en chiffres	
			Min (1)	Max (2)		Min (4)=(1)*(3)	Max (5)=(2)*(3)
1	Elaboration de la stratégie et du plan de communication annuel	U	0	1			
2	Conception et exécution d'une campagne de communication	U	1	4			
3	Conception et production de spot radio (1 à 2 speakers)	U	5	10			
4	Déclinaison d'un spot radio dans une autre langue (1 à 2 speakers)	U	5	10			
5	Conception de story Board et suivi de la production d'un spot TV	U	1	4			
6	Conception de story Board et suivi de la production du film institutionnel	U	0	2			
7	Conception et exécution d'une version de base	U	10	20			
8	Déclinaison de tout support à un autre support	U	10	20			
9	Elaboration d'un media planning TV	U	1	3			
10	Achat média pour un budget de 1dh Hors taxes dégressifs OFPPT compris*	1	2000000	3000000			
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 (3) 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.

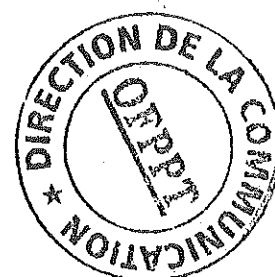
BORDEREAU DES PRIX – DETAIL ESTIMATIF

LOT N°2 : Assistance en communication digitale, accompagnement à la gestion de la présence de l'OFPPT sur les réseaux sociaux et achat média sur le web

Art	Désignation des Prestations	Unité de mesure	Quantité		Prix unitaire HT en chiffres (3)	Prix HT en chiffres	
			Min (1)	Max (2)		Min (4)=(1)*(3)	Max (5)=(2)*(3)
1	Elaboration de la stratégie et du plan de communication digital annuel	U	0	1			
2	Assistance à la gestion et modération des médias sociaux	Forfait mensuel	6	12			
3	Production des contenus visuels et éditoriaux	U	100	200			
4	Production des formats Rich media	U	30	50			
5	Conception et exécution d'une campagne de communication digitale	U	1	4			
6	Achat média pour un budget de 1Dh Hors taxes dégressifs OFPPT compris*	1	1000000	2000000			
7	Suivi de l'E-réputation	Forfait mensuel	6	12			
8	Conception et exécution d'une version de base	U	10	20			
9	Déclinaison de tout support à un autre support	U	10	20			
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 (3) 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.