



ROYAUME DU MAROC
AGENCE NATIONALE DE PROMOTION DE
L'EMPLOI ET DES COMPETENCES

DOSSIER

D'APPEL D'OFFRES OUVERT
N° 11/2015

Relatif au

Choix d'une agence de communication pour
Lot1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication,
Lot2 : l'Assistance en communication et l'Achat média.

Appel d'offres sur offres de prix passé en application de l'alinéa 2 paragraphe 1 de l'article 16, et l'alinéa 3 paragraphe 3 de l'article 17 du décret n°2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.

Date d'ouverture des plis : 29/10/2015 à 10h

REGLEMENT DE CONSULTATION

SOMMAIRE

- **Article 1** : Objet du règlement de la consultation
- **Article 2** : Répartition en lots
- **Article 3** : Maître d'Ouvrage
- **Article 4** : Conditions requise des concurrents
- **Article 5** : Contenu du dossier d'appel d'offres
- **Article 6** : Monnaie des Offres
- **Article 7** : Langue d'établissement des pièces des offres
- **Article 8** : Retrait des dossiers d'appels d'offres
- **Article 9** : Liste des pièces justifiant les capacités techniques et qualité des concurrents
- **Article 10** : Présentation des dossiers des offres des concurrents
- **Article 11** : Dépôt des plis et retrait des plis des concurrents
- **Article 12** : Caution Provisoire
- **Article 13** : Critères d'appréciation des capacités techniques et financières des concurrents
- **Article 14** : Examen et évaluation des offres techniques
- **Article 15** : Jugement des offres
- **Article 16** : Critères d'évaluation des offres
- **Article 17** : Demande de communication d'information aux concurrents
- **Article 18** : Résultat de l'appel d'offre
- **Article 19** : Délai de validité des offres

ARTICLE 1 : OBJET DU REGLEMENT DE LA CONSULTATION

Le présent règlement de consultation concerne l'appel d'offres ouvert sur offres de prix ayant pour objet le *Choix d'une agence de communication pour Lot1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication, Lot2 : l'Assistance en communication et l'Achat média*
Est passé conformément à l'article 18 du décret n° 2.12.349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013) relatif aux marchés publics.

ARTICLE 2: REPARTITION EN LOTS :

Le présent appel d'offres concerne un marché en deux lots (2 lots).

ARTICLE 3 : MAITRE D'OUVRAGE

Le maître d'ouvrage du marché objet du présent appel d'offres est **l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC)**.

ARTICLE 4 : CONDITIONS REQUISES DES CONCURRENTS

Conformément aux dispositions de l'article 24 du décret n° 2.12.349 :

- 1- Seules peuvent participer au présent appel d'offre les personnes physiques ou morales, qui :
 - Justifient des capacités juridiques, techniques et financières nécessaire à la réalisation des prestations objet du présent appel d'offres ;
 - Sont en situation fiscale régulière pour avoir souscrit leurs déclarations et réglé les sommes exigibles ou, à défaut de règlement, constitué des garanties suffisantes par le comptable chargé du recouvrement et ce conformément à la législation en vigueur en matière de recouvrement ;
 - Sont affiliées à la CNSS ou à un régime particulier de prévoyance sociale et souscrivent régulièrement leurs déclarations de salaires et sont en situation régulière auprès de ces organismes ;
- 2- Ne sont pas admises à participer au présent appel d'offres :
 - * les personnes qui sont 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 159 du décret n° 2.12.349 précité ;
 - * les personnes qui représentent plus d'un concurrent dans une même procédure de passation des marchés.

ARTICLE 5 : CONTENU DU DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

Conformément aux dispositions de l'article 19 du décret n° 2.12.349 précité, le dossier d'appel d'offres comprend :

- a) Copie de l'avis d'appel d'offres
- b) Un exemplaire de cahier de prescriptions spéciales
- c) Un exemplaire du cahier de prescriptions techniques
- d) Le modèle de l'acte d'engagement
- e) Le bordereau des prix et le détail estimatif
- f) Le modèle de la déclaration sur l'honneur
- g) Le présent règlement de consultation prévu à l'article 18 du décret n° 2.12.349

ARTICLE 6 : MONNAIE DES OFFRES

Conformément aux dispositions de l'article 18 paragraphe 3 du Décret n° 2.12.349 précité, le dirham est la monnaie dans laquelle doivent être exprimés les prix des offres présentées par les soumissionnaires. Lorsque le concurrent n'est pas installé au Maroc, son offre doit être exprimée en monnaie étrangère convertible. Dans ce cas, pour être évalués et comparés, les prix des offres exprimées en monnaie étrangère 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 Maghreb.

ARTICLE 7 : LANGUE D'ETABLISSEMENT DES PIECES DES OFFRES

L'Offre préparée par le concurrent ainsi que toutes les correspondances et tous les documents concernant l'offre, échangé entre le concurrent et le maître d'ouvrage, dans le cadre de la présente consultation seront rédigés en langue arabe ou française.

Les documents techniques (prospectus, catalogues, ou notices...) fournis par les soumissionnaires peuvent être rédigés dans une autre langue dès lors qu'ils sont accompagnés d'une traduction en langue française des passages intéressants de l'offre; dans ce cas et aux fins d'interprétation de l'offre, la traduction française fera foi.

ARTICLE 8 : RETRAIT DES DOSSIERS D'APPEL D'OFFRES

Le dossier d'appel d'offres est mis à la disposition des concurrents dans le bureau du Service des Achats de l'ANAPEC, sis à 4 Lotissement la Colline Entrée B Sidi Maarouf - Casablanca, dès la parution de l'avis de l'Appel d'Offre au portail des marchés de l'Etat.

Le dossier d'appel d'offres est mis gratuitement à la disposition des concurrents.

Le dossier d'appel d'offres peut être téléchargé sur le portail des marchés de l'Etat (www.marchéspublics.gov.ma).

Le dossier d'Appels d'Offres est publié seulement à titre d'information sur le site suivant : (www.anapec.org).

Il peut également être envoyé par voie postale aux concurrents qui le demandent par écrit à leurs frais et à leurs risques et périls.

ARTICLE 9 : LISTE DES PIECES JUSTIFIANT LES CAPACITES ET QUALITES DES CONCURRENTS

Conformément à l'article 25 du décret n° 2.12.349 précité les pièces à fournir par les concurrents sont :

A. Dossier administratif comprenant :

1 : pour chaque concurrent au moment de la présentation des offres

- a. La déclaration sur l'honneur présentée en un exemplaire unique comprenant les indications et les engagements prévus à l'article 26 du décret n° 2.12.349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013).
- b. L'original du récépissé du cautionnement provisoire ou l'attestation de la caution personnelle et solidaire tenant lieu, le cas échéant. En cas de groupement le cautionnement provisoire sera constitué selon des modalités décrites au 5^{ème} alinéa du paragraphe C de l'article 157 du décret N° 2.12.349 précité.
- c. Pour les groupements une copie légalisée de la convention constitutive du groupement prévue à l'article 157 du décret n° 2.12.349 précité

2 - Pour le concurrent auquel il est envisagé d'attribuer le marché, dans les conditions fixées à l'article 40 du décret n°2.12.349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013) :

a) la ou les pièces justifiant les pouvoirs conférés à la personne agissant au nom du concurrent. Ces pièces varient selon la forme juridique du concurrent :

- s'il s'agit d'une personne physique agissant pour son propre compte, aucune pièce n'est exigée ;

- s'il s'agit d'un représentant, celui-ci doit présenter selon le cas :

* une copie conforme de la procuration légalisée lorsqu'il agit au nom d'une personne physique ;

* un extrait des statuts de la société et/ou le procès-verbal de l'organe compétent lui donnant pouvoir selon la forme juridique de la société, lorsqu'il agit au nom d'une personne morale ;

* l'acte par lequel la personne habilitée délègue son pouvoir à une tierce personne, le cas échéant.

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 24 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 24 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 jourmada 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 ;
- e) 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.

Pour les entreprises non installées au Maroc et à 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.

B-Le dossier technique :

- une note indiquant les moyens humains et techniques du concurrent et mentionnant 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.
- Les attestations ou leurs copies certifiées conformes à l'original délivrées par les maîtres d'ouvrage publics ou privés ou par les hommes de l'art sous la direction desquels le concurrent a exécuté lesdites prestations. 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.

Le cahier de prescriptions spéciales paraphé et signé par le concurrent ou la personne habilitée par lui à cet effet.

N.B. : Les pièces formant le dossier administratif et technique doivent être des originales ou des copies certifiées conformes.

C – Offre Technique :

L'offre technique comprend :

- o Note Méthodologique ;
- o CV du directeur stratégie ;
- o Les CVs de l'équipe des intervenants.

Les pièces formant l'offre technique doivent être des originales ou des copies certifiées conformes.

D - Offre financière :

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 aux cahiers des charges et moyennant un prix qu'il propose signé et cacheté.

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

Lorsque l'acte d'engagement est souscrit par un groupement tel qu'il est défini à l'article 157 du décret n°2.12.349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013) ci-dessous, 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 et le détail estimatif selon modèle ci-joint; signé et cacheté.

Pour l'article n°9 du bordereau des prix-détail estimatif il s'agit d'une commission de l'agence qui sera calculé en fonction des achats effectués par l'agence

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

ARTICLE 10 : PRESENTATION DES DOSSIERS DES CONCURRENTS

Conformément aux dispositions de l'article 29 du décret n° 2.12.349 précité par chaque concurrent

Le dossier à présenter par chaque concurrent est mis dans un pli fermé portant les mentions suivantes :

- ✓ Le nom et l'adresse du concurrent
- ✓ L'objet du marché et l'indication du lot et le numéro de l'avis d'appel d'offres
- ✓ 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 d'examen d'ouverture des plis.

Ce pli contient trois enveloppes :

a- La première enveloppe contient :

Les pièces des dossiers administratif et technique, le cahier de prescriptions spéciales paraphé et signés par le concurrent ou la personne habilitée par lui à cet effet. Cette enveloppe doit être fermée et portée de façon apparente la mention « dossiers administratif et technique »

b- La deuxième enveloppe contient :

L'offre technique du soumissionnaire. Elle doit être fermée et portée de façon apparente la mention « offre technique » pour le lot unique.

c- La troisième enveloppe contient :

L'offre financière du soumissionnaire. Elle doit être fermée et portée de façon apparente la mention « offre financière » pour le lot unique.

Les trois enveloppes visées ci-dessus indiquent de manière apparente :

- Le nom et d'adresse du concurrent
- L'objet du marché et, le cas échéant, l'indication du lot concerné.
- La date et l'heure de la séance de l'ouverture des plis.

ARTICLE 11 : DEPOT DES PLIS ET RETRAIT DES PLIS DES CONCURRENTS

Les plis sont, au choix des concurrents :

- 1- soit déposés, contre récépissé, dans le bureau du service des achats indiqué dans l'avis d'appel d'offres ;
- 2-soit envoyé, par courrier recommandé avec accusé de réception déposée contre récépissé au bureau précité ;
- 3-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 12 : CAUTION PROVISOIRE

En application de l'article 9 ci-dessus, le candidat fournira un cautionnement provisoire qui fera partie intégrante de son offre. Le montant du cautionnement provisoire est fixé à

Lot 1 : Quinze Mille (15 000,00) Dirhams

Lot 2 : Vingt Mille (20 000,00) Dirhams

ARTICLE 13 : CRITERES D'APPRECIATION DES CAPACITES TECHNIQUES ET FINANCIERES DES CONCURRENTS

La commission apprécie les capacités financières et techniques en rapport avec la nature et l'importance des prestations objet de l'appel d'offres et au vu des éléments contenus dans les dossiers administratifs et techniques de chaque concurrent.

ARTICLE 14 : EXAMEN ET EVALUATION DES OFFRES TECHNIQUES

Les offres des candidats seront évaluées en tenant compte des critères suivants :

Evaluation des offres techniques (Nt)

<u>Critères d'appréciation de la société</u>	<u>Système de notation</u>	<u>Documents servant de base pour l'appréciation</u>	<u>Note</u>
1. Pertinence de la méthodologie proposée	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Insuffisante (0 point)</i> Reprend seulement le déroulement des phases définies dans le CPS sans aucun développement détaillé de l'approche proposée • <i>Satisfaisante (35 points)</i> Développant d'une manière détaillée l'approche proposée, détaillant le planning des missions, les dispositifs et outils de suivi, organisation des tâches de l'équipe de projet. 	Note méthodologique	N1/35
2- Expérience du directeur stratégies	<ul style="list-style-type: none"> • 2 points pour chaque année d'expérience (sans dépasser 35 points) 	CV du directeur stratégie	N2 /35
3. Qualification de l'équipe des intervenants	<p><u>Formation :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bac+5 ou plus : 5 pts • Bac+3/4: 2 pts • Bac+2 et moins : 0 pts <p><u>Expérience :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Expérience supérieure ou égale à 10 ans: 25 pts • 5ans ≤ Expérience < 10ans : 15 pts • 3ans ≤ Expérience < 5ans : 5 pts • Moins de 3 ans: 0 points <p><i>La note attribuée à ce critère est la moyenne des notes des intervenants</i></p>	Les CVs de l'équipe des intervenants : Un directeur de clientèle ; Un concepteur rédacteur ; Un directeur artistique ; Un média planeur ; Un responsable Stratégie-média.	N3/30

$$N_t = N_1 + N_2 + N_3.$$

NB : une note technique inférieure à 75 points est éliminatoire

Les offres financières seront classées en attribuant une note financière « NF » (sur 100 points), calculée comme suit :

$$NF = 100 \times MD / M$$

- Où :
- MD : Désigne le montant de l'offre la moins disante.
 - M : Désigne le montant de l'offre considérée après correction des erreurs éventuelles.
 - NF : Désigne la note financière qui sera attribuée à l'offre considérée.

Évaluation technico-financière

Il sera attribué à chaque soumissionnaire retenu une note technico-financière « N » calculée de la manière suivante :

$$N = 0,7 NT + 0,3 NF$$

- NT : note technique obtenue par le candidat.
- NF : note financière obtenue par le candidat.

AO 11/2015

ARTICLE 15 : JUGEMENT DES OFFRES

Le marché sera attribué à la société ayant l'offre la plus avantageuse. L'offre la plus avantageuse sera celle ayant obtenu la valeur numérique « N » la plus grande.

ARTICLE 16 : CRITERES D'EVALUATION DES OFFRES

Les offres retenues à l'issu de la première phase seront jugées sur la base des offres financières : sous réserve des vérifications et d'application le cas échéant des dispositions prévues aux articles 39-40-41 et 42 du décret n° 2.12.349 précité.
L'offre retenue est la plus avantageuse.

ARTICLE 17 : DEMANDE DE COMMUNICATION D'INFORMATION AUX CONCURRENTS

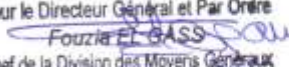
Les demandes d'informations ou renseignements formulées par les concurrents doivent être adressées dans un délai de sept (07) jours au moins avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis au bureau du maître d'ouvrage sis à 4 lotissement la Colline Entrée B Sidi Maarouf-Casablanca.
Tout éclaircissement ou renseignement fourni par le maître d'ouvrage à un concurrent sera communiqué aux autres concurrent le même jour et au moins trois (3) jours avant la date prévue pour la séance d'ouverture des plis et ce par lettre recommandée avec accusé de réception, par fax confirmé ou par voie électronique.
Les éclaircissements ou les renseignements seront également publiés sur le Portail des Marchés de l'Etat, conformément aux dispositions de l'article 22 du décret n° 2.12.349 précité.

ARTICLE 18 : RESULTAT DE L'APPEL D'OFFRES

Les résultats d'examen des offres sont affichés dans le siège de l'ANAPEC sis à 4 Lotissement la Colline Entrée B Sidi Maarouf -Casablanca.
Le maître d'ouvrage communique le résultat au concurrent d'appel d'offre par lettre recommandée avec accusé de réception ou par fax confirmé ou par tout autre moyen de communication donnant date certaine dans un délais de cinq (5) jours à compter de la date d'achèvement des travaux de la commission.

ARTICLE 19 : DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

Les concurrents restent engagés par leurs offres pendant un délai de soixante quinze (75) jours, à compter de la date d'ouverture des plis.
Si, dans ce délai, la commission de l'appel d'offre estime n'être pas en mesure d'exercer son choix, le maître d'ouvrage saisie les concurrents, avant l'expiration de ce délai par lettre recommandée 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 adressée au maître d'ouvrage avant la date limite par ce dernier restent engagés pendant ce nouveau délai.

Pour le Directeur Général et Par Ordre

Fouzia EL GASS
Chef de la Division des Moyens Généraux
de L'ANAPEC



CAHIER DE PRESCRIPTIONS SPECIALES

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : OBJET DU MARCHE

ARTICLE 2 : TEXTES APPLICABLES

ARTICLE 3 : PIECES CONSTITUIVES DU MARCHE

ARTICLE 4 : VALIDITE DU MARCHE- NOTIFICATION DE L'APPROBATION

ARTICLE 5 : DELAI CONTRACTUEL

ARTICLE 6 : PENALITE DE RETARD

ARTICLE 7 : ASSURANCE

ARTICLE 8 : NANTISSEMENT

ARTICLE 9 : SOUS-TRAITANCE

ARTICLE 10 : CONTESTATION

ARTICLE 11 : FRAIS DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

ARTICLE 12 : REVISION DES PRIX

ARTICLE 13 : RECEPTION

ARTICLE 14 : CAUTIONNEMENT DEFINITIF ET RETENUE DE GARANTIE.

ARTICLE 15 : LIEU DE LIVRAISON

ARTICLE 16: RESILIATION DU MARCHE

ARTICLE 17 : CARACTERE GENERAL DES PRIX

ARTICLE 18 : PAIEMENT DU MARCHE

ARTICLE 19: MONTANT DU MARCHE

MARCHE

Marché N°...../2015 passé par appel d'offres ouvert sur offres de prix n°11/2015 en application de l'alinéa 2 paragraphe 1 de l'article 16, et l'alinéa 3 paragraphe 3 de l'article 17 du décret n°2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.

Entre les soussignés :

D'une part :

L'AGENCE NATIONALE DE PROMOTION DE L'EMPLOI ET DES COMPETENCES (ANAPEC),
représentée par son Directeur Général.

Et, D'autre part :

La société :

- Titulaire du compte bancaire :

*

- Ayant son siège au :

*

- Affiliée à la CNSS : sous le n°

- Inscrite au Registre du Commerce de sous le n°

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 MARCHE

Le présent marché a pour objet Le *Choix d'une agence de communication pour*
Lot1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication,
Lot2 : L'Assistance en communication et l'Achat média

ARTICLE 2 : TEXTES APPLICABLES

Les textes généraux auxquels sera soumis le fournisseur sont :

- La loi n° 69-00 relative au contrôle financier de l'Etat sur les entreprises publiques et autres organismes (adopté par le parlement le 3 juillet 2003) ;
- La Dahir du 28 août 1948 relatif au nantissement des marchés ;
- Le décret n° 2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.
- Le décret n° 2-01-2332 du 22 rabii I 1423 (4 juin 2002) approuvant le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés de travaux exécutés pour le compte de l'Etat (**C.C.A.G.EMO**)
- Arrêté portant organisation financière et comptable de l'ANAPEC ;
- Le présent marché.

ARTICLE 3 : PIECES CONSTITUIVES DU MARCHE

- Acte d'engagement
- Le présent CPS
- Le CPT
- Bordereau des prix et détail estimatif
- L'Offre Technique
- CCAG-EMO

ARTICLE 4 : VALIDITE DU MARCHE- NOTIFICATION DE L'APPROBATION

Le marché ne sera valable, définitif et exécutoire son approbation par le Directeur Général de l'ANAPEC et son visa par le Contrôleur d'Etat, le cas échéant.

ARTICLE 5 : DELAI CONTRACTUEL

Le marché est conclu pour une durée de

Lot 1 : 1 an

Lot 2 : 1 an

Le démarrage des prestations objet du présent marché devra être effectif le lendemain de la notification de l'ordre de service prescrivant au contractant de commencer la prestation ;

ARTICLE 6 : PENALITE DE RETARD :

En application de l'article 42 du C.C.A.G.EMO, lorsque le délai contractuel de livraison est dépassé, le titulaire du marché encourt sans mise en demeure préalable, une pénalité calculée de deux pour mille (2/1000) par jour calendaire de retard de la valeur des items livrés avec retard.

Le montant global des pénalités au titre des retards dans la livraison est plafonné à 10% du montant initial du marché augmenté le cas échéant du montant des avenants.

Quand le montant des pénalités, atteint ce plafond, l'ANAPEC se réserve le droit de résilier le marché à tort du cocontractant.

ARTICLE 7 : ASSURANCE

Avant tout commencement de livraison le fournisseur doit adresser au maître d'ouvrage les attestations d'assurance qu'il doit souscrire et qui doivent couvrir les risques inhérents à l'exécution du marché.

Les dispositions de l'article n° 24 du CCAG-EMO sont applicables au présent marché. Tel qu'il a été modifié et complété par le décret n° 205*1433 du 28/12/2005.

ARTICLE 8: NANTISSEMENT

Dans l'éventualité d'une affectation en nantissement du marché, il est précisé que :

La liquidation des sommes dues par l'ANAPEC pour l'exécution du marché, sera opérée par les soins du Directeur Général de l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences ou par la personne ayant reçu délégation à cet effet. ;

Les paiements prévus en exécution du marché seront effectués par les soins du trésorier payeur de l'ANAPEC seul qualifié pour recevoir les significations des créanciers du titulaire du marché ;

Les renseignements et les états prévus à l'article 7 du dahir du 28 août 1948 seront fournis par le Directeur Général de l'ANAPEC au titulaire du marché ainsi qu'aux bénéficiaires éventuels des nantisements ou subrogations ;

A la demande du cocontractant, le Directeur Général de l'ANAPEC lui délivrera « un exemplaire unique » en copie conforme du marché. Les frais de timbrage sont à la charge exclusive du cocontractant.

ARTICLE 9 : SOUS-TRAITANCE

Le titulaire choisit librement ses sous-traitants sous réserve qu'il notifie au maître d'ouvrage la nature des prestations qu'il envisage de sous-traiter, ainsi que l'identité, la raison ou la dénomination sociale et l'adresse des sous-traitants et une copie certifiée conforme du contrat précité.

Les sous-traitants doivent satisfaire aux conditions requises des concurrents à l'article 24 du décret n°2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.

Le maître d'ouvrage peut exercer un droit de récusation par lettre motivée, dans un délai de quinze (15) jours à compter de la date de l'accusé de réception, notamment lorsque les sous-traitants ne remplissent pas les conditions prévues à l'article 24 du décret n°2-12-349 précité. Le titulaire demeure personnellement responsable de toutes les obligations résultant du marché tant envers le maître d'ouvrage que vis-à-vis des ouvriers et des tiers.

La sous-traitance ne peut en aucun cas dépasser cinquante pour cent (50%) du montant du marché.

ARTICLE 10 : CONTESTATION

Tout litige entre le maître d'ouvrage et le titulaire est soumis aux tribunaux compétents.

Article 11 : FRAIS DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

Le frais de timbre et d'enregistrement de l'original du marché sont à la charge du titulaire du marché.

ARTICLE 12 : REVISION DES PRIX

Les prix sont fermes et non révisables.

ARTICLE 13 : RECEPTION

La réception sera faite par une commission de réception désignée, par une décision, à cet effet par l'ANAPEC et qui établira un procès-verbal de réception provisoire des prestations réalisées à la fin de chaque trimestre.

ARTICLE 14 : CAUTIONNEMENT DEFINITIF ET RETENUE DE GARANTIE.

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

Le cautionnement définitif doit être constitué dans les trente (30) jours qui suivent la notification de l'approbation du marché. Il reste affecté à la garantie des engagements contractuels du titulaire du marché jusqu'à la prononciation de la réception définitive des prestations objet du présent marché

Par dérogation aux dispositions de l'article 13 du C.C.A.G-EMO il n'est pas prévu de retenue de garantie pour ce marché.

ARTICLE 15 : LIEU DE LIVRAISON

Les livrables seront livrés au bureau d'ordre central de l'ANAPEC sis à 4, Lotissement la Colline, entrée B, Sidi Maârouf, Casablanca

ARTICLE 16: RESILIATION DU MARCHE

Les dispositions prévues par le CCAGEMO sont applicables au présent marché et le décret n° 2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.

ARTICLE 17 : CARACTERE GENERAL DES PRIX

Les prix du marché comprenant le bénéfice ainsi que droits, impôts, taxes, frais généraux, faux frais et d'une façon générale toutes les dépenses qui sont les conséquences nécessaires et directes de la prestation.

ARTICLE 18 : PAIEMENT DU MARCHE

Le paiement sera effectué après réception des prestations réalisées à la fin de chaque trimestre.
Le fournisseur adressera pour règlement à l'ANAPEC une facture établie en cinq (5) exemplaires. Les factures doivent être numérotées, cachetées, signées, datées et arrêtées en toutes lettres, de même, elles doivent porter le n° du marché. Elles doivent être déposées au Bureau d'Ordre Central de l'ANAPEC, sis à 4, Lotissement la Colline, entrée B, Sidi Maârouf, BP 188 Casablanca

La facture doit comporter les informations suivantes :

- Numéro de patente ;
- Numéro de la C.N.S.S. ;
- Numéro d'identification fiscale ;
- Numéro du marché ;

Toute facture portant des ratures, mal libellée ou dont les calculs ne sont pas exacts, sera retournée au fournisseur pour rectification.

Le paiement des sommes dues sera effectué par virement à un compte courant : (postal, bancaire, ou du trésor) du fournisseur par le Trésorier Payeur auprès de l'ANAPEC.

ARTICLE 19 : MONTANT DU MARCHÉ

Arrêté le montant du présent marché à la somme de :.....

Marché n° _____/2015

Passé en application de l'alinéa 2 paragraphe 1 de l'article 16, et l'alinéa 3 paragraphe 3 de l'article 17 du décret n°2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.

Objet : Le Choix d'une agence de communication pour
Lot1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication,
Lot2 : L'Assistance en communication et l'Achat média

<p align="center"><u>PRESENTE PAR</u> <u>LE DIRECTEUR DU MARKETING DE LA</u> <u>COMMUNICATION ET DE LA</u> <u>COOPERATION DE L'ANAPEC (PI)</u></p> <p align="center">Casablanca, le</p>	<p align="center"><u>LU ET ACCEPTE (*1)</u> <u>PAR LA SOCIETE</u></p> <p align="center">....., le</p>
<p align="center"><u>VALIDE PAR (*2)</u> <u>LE CHEF DE LA DIVISION DES MOYENS</u> <u>GENERAUX</u></p> <p align="center">Casablanca, le</p>	<p align="center"><u>APPROUVE ET SIGNE PAR</u> <u>LE DIRECTEUR GENERAL DE L'ANAPEC</u></p> <p align="center">Casablanca, le</p>
<p align="center"><u>WISE PAR</u> <u>LE CONTROLEUR D'ETAT DE L'ANAPEC</u></p> <p align="center">Casablanca, le</p>	

(*1) : Préciser le nom, le prénom et la qualité du signataire.

(*2) : Validation sur le plan procédural.

PARTIE III :
CAHIER DES PRESCRIPTIONS TECHNIQUES

PRESTATION

I- Présentation générale de l'ANAPEC

Le développement de l'emploi et particulièrement de l'emploi qualifié est une priorité pour le Royaume du Maroc. C'est une priorité sociale et aussi une priorité économique exigée par la mondialisation et la compétitivité, tributaire en grande partie de la qualité des ressources humaines. Dans ce cadre, le Maroc déploie des efforts importants pour la mobilisation de ses ressources humaines, qui constituent son principal capital, et leur intégration économique et sociale.

Si le développement de l'emploi repose d'abord sur la croissance économique, il **nécessite aussi une intermédiation** afin de réussir la rencontre entre les compétences recherchées et les compétences disponibles. Cette rencontre suppose d'organiser la collecte, la diffusion des offres d'emploi et leur rapprochement avec les demandes d'emploi. Elle nécessite aussi d'accompagner les deux acteurs qui sont les employeurs et les chercheurs d'emploi pour qu'ils fassent évoluer leurs pratiques de recrutement et de recherche d'emploi.

Ce rôle d'intermédiation active sur le marché de l'emploi est assuré par l'Agence Nationale de Promotion de l'Emploi et des Compétences (ANAPEC). L'ANAPEC est un établissement public de services, qui apporte son appui aux employeurs pour réussir leurs recrutements et aux chercheurs d'emploi pour réussir leur insertion professionnelle.

I.1 DOMAINES DE COMPETENCES DE L'ANAPEC :

Ils s'articulent essentiellement autour des axes suivants :

L'intermédiation : présenter des candidats aux employeurs qui recrutent, proposer des offres aux chercheurs d'emploi ;

Le conseil aux employeurs pour analyser leurs besoins en compétences ;

Le conseil aux chercheurs d'emploi pour trouver par eux-mêmes un emploi ;

La mise en œuvre de formations complémentaires pour les chercheurs d'emploi afin d'améliorer leur employabilité ;

L'appui aux porteurs de projets d'emploi indépendant pour créer leurs entreprises et

La diffusion d'informations sur le marché du travail.

I. 2 ORGANISATION TERRITORIALE DE L'ANAPEC

L'organisation territoriale de l'ANAPEC repose sur un réseau d'agences en contact direct avec le public, délivrant des services et prestations. Il s'agit d'agences régionales et d'agences provinciales ou préfectorales. Au nombre de 84 structures régionales et locales, le réseau des agences est appelé à se développer pour couvrir l'ensemble des provinces et préfectures comprises dans le dernier découpage administratif.

I. 3 OFFRE DE SERVICES DE L'ANAPEC

La stratégie de l'ANAPEC est basée principalement sur la relation d'aide et d'assistance - conseil en direction des entreprises, des chercheurs d'emploi et des porteurs de projets de création d'entreprise ainsi que sur une intermédiation active sur le marché de l'emploi.

I. 3.1 L'INTERMEDIATION : PRESENTER DES CANDIDATS AUX EMPLOYEURS QUI RECRUTENT, PROPOSER DES OFFRES AUX CHERCHEURS D'EMPLOI

La mise en relation des chercheurs d'emploi avec les employeurs se fait sur des offres d'emploi collectées par les conseillers ou déposées par les employeurs eux - même aux agences

C'est le service de base, qui constitue le cœur du métier de l'ANAPEC et qui s'adresse à ses deux clients. L'objectif est d'aider les employeurs à réaliser leurs recrutements et mettre les chercheurs d'emploi en relation avec les entreprises qui recrutent. Dans tous les cas, c'est l'entreprise qui effectue le choix final de la personne à recruter.

L'ANAPEC met également en œuvre **les mesures de soutien à l'emploi** décidées par les pouvoirs publics avec le souci de faciliter l'acquisition d'une première expérience professionnelle, intégrer des personnes ayant des difficultés d'insertion, faciliter la création d'emploi dans des petites entreprises, permettre d'améliorer l'employabilité par des formations complémentaires en vue de répondre à des besoins en profils non disponibles.

I. 3.2 LE CONSEIL AUX EMPLOYEURS POUR DEFINIR LEURS BESOINS EN COMPETENCES.

Au-delà de l'appui apporté aux entreprises pour réussir leurs recrutements, l'ANAPEC propose à celles-ci un travail continu pour analyser et satisfaire leurs besoins en compétences. Les services proposés dans ce cadre sont principalement :

Un premier diagnostic fait avec l'employeur sur les ressources humaines présentes et nécessaires et sur la politique de recrutement. Ce diagnostic est fait lors d'une visite dans l'entreprise.

Des accords de partenariat sous forme de conventions visant à accompagner l'entreprise dans ses plans de recrutement.

Des séminaires réunissant des responsables d'entreprises pour diffuser des informations sur la gestion des ressources humaines ou proposer des formations sur les pratiques de recrutement.

I . 3 . 3 LE CONSEIL AUX CHERCHEURS D'EMPLOI POUR TROUVER PAR EUX-MEMES UN EMPLOI.

Ce conseil passe d'abord par **des entretiens professionnels avec des conseillers en emploi** qui permettent d'analyser l'employabilité de la personne. Ces entretiens se concluent par la définition de plans individuels de recherche d'emploi.

Des ateliers de recherche d'emploi : ce sont des séances collectives d'une demi-journée permettant de maîtriser un élément de la recherche d'emploi : mettre en valeur ses atouts et ses compétences, cibler les entreprises, rédiger un CV, préparer un entretien d'embauche,...

Des clubs de recherche active d'emploi : ils sont organisés au profit de ceux qui ont des difficultés à mener seuls des démarches efficaces de recherche d'emploi. Ils rassemblent une dizaine de personnes pendant un mois sous la conduite d'un animateur et combinent apprentissages et recherche effective d'un emploi. L'objectif est le placement de 70 % des participants pendant le club ou dans les trois mois qui suivent son achèvement.

Des services à distance : Ils sont accessibles à partir du site web de l'ANAPEC, dans des espaces emploi animés avec des partenaires locaux, depuis des bornes d'auto - service en emploi ou à partir de n'importe quel accès Internet.

I . 3 . 4 LA MISE EN ŒUVRE DE FORMATIONS COMPLEMENTAIRES POUR LES CHERCHEURS D'EMPLOI

Dans ce domaine l'ANAPEC agit comme suit :

Suite à des entretiens professionnels, elle identifie avec le chercheur d'emploi le besoin d'une formation utile pour accéder à l'emploi et en partenariat avec des organismes spécialisés de formation l'aide à choisir un cursus de formation.

Elle permet l'accès de chercheurs d'emploi à des **formations gratuites** ou à coût réduit grâce à des partenariats avec des opérateurs de formation.

Dans le cadre des **mesures pour l'emploi**, elle met en œuvre la **formation contractualisée pour l'emploi** qui permet à une entreprise de satisfaire des besoins en profils non disponibles sur le marché de l'emploi à travers des formations complémentaires.

Dans le même cadre, elle met en œuvre des **formations qualifiantes** ciblées pour des besoins potentiels en recrutement.

I . 3 . 5 LA DIFFUSION D'INFORMATIONS SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL.

A l'occasion de ses contacts avec les entreprises, les chercheurs d'emploi et les différents institutionnels, l'ANAPEC recueille des informations sur l'emploi.

Les données recueillies sont traitées afin d'être mises à disposition des chercheurs d'emplois, des employeurs et des pouvoirs publics.

I . 3 . 6 L'APPUI AUX PORTEURS DE PROJETS D'EMPLOI INDEPENDANT.

Toute personne souhaitant bénéficier d'une assistance pour réaliser un projet d'emploi indépendant, sera accompagnée par l'ANAPEC.

Préambule

Agence d'exécution des mesures incitatives à l'emploi pour le compte de l'Etat, l'ANAPEC a toujours été une force de proposition compte tenu de son expérience, son contact direct avec les parties prenantes (employeurs, chercheurs d'emploi, porteurs de projets, associations professionnelles, collectivités locales ,ONG...) et de son positionnement à l'international, lui permettant des benchmarks (vice-présidence de l'association mondiale des services d'emploi publics qui compte plus de 90 pays, partenariat avec les principales institutions internationales : union européenne, BIT, banque mondiale, ACDI, ASDI, GIP International...). Dans ce cadre, l'ANAPEC contribue activement à la conception des mesures pour l'emploi, comme fut le cas pour les programmes Idmaj, Tachil et Moukawalati, le projet des 19 mesures élaboré en 2011 et le rapport sur l'emploi des jeunes, préparé par le conseil économique et social.

Pour accompagner cette dynamique, et pour réaliser une stratégie de communication sur deux ans en se basant sur la vision et les axes de développement tel que présentée au conseil d'administration du 27 décembre 2012 et dans l'ambition d'être un opérateur d'intermédiation en emploi de référence agissant à travers un réseau d'agences d'excellence accompagnant les stratégies nationales, ancré dans son territoire et délivrant des prestations de proximité adaptées aux attentes des différentes catégories de clients. Son capital humain en est sa principale richesse », et dans le cadre de la gestion de la marque ANAPEC et de ses prestations, l'ANAPEC lance un appel d'offre destiné à une agence conseil en communication, désignée ci-après (« Agence »), pour Le choix d'une agence de communication pour

Lot 1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication

Lot 1 : L'Assistance en communication et l'Achat média

I- Rappel de l'objet du marché :

Le présent appel d'offres a pour objet pour le choix d'une agence de communication pour

Lot 1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication

Lot 1 : L'Assistance en communication et l'Achat média

Il est nécessaire pour l'ANAPEC de développer une stratégie de communication globale et cohérente qui tient compte des spécificités de chaque cible : chercheurs d'emploi, employeurs, porteurs de projets, etc.

L'agence conseil en communication attributaire sera retenue, pour une durée d'une année, dans le cadre d'un programme relatif à la stratégie de communication. L'Agence devra disposer d'entités spécialisées dans les différents métiers liés à la communication : Conseil et Planification stratégique Conception et Création,

Planification Média (Médiaplanning), Développement de Contenu Editorial (Brand Content), Marketing digital.

La finalité recherchée vise les objectifs suivants :

- Développer et renforcer la notoriété de l'ANAPEC et de ses prestations auprès des différentes cibles.
- Véhiculer les valeurs et attributs de la marque ANAPEC et ses prestations.
- Positionner l'ANAPEC en tant qu'opérateur public d'intermédiation en emploi de référence agissant à travers un réseau d'agences d'excellence et accompagnant les stratégies nationales.

II- Descriptif des prestations

Lot 1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication

1. Réalisation d'une étude de notoriété et d'image

Cette étude doit mettre en exergue la qualité de connaissance actuelle de l'ANAPEC, ses atouts et faiblesses perçus par ses différentes cibles, ainsi que leurs attentes vis-à-vis de l'agence. Cette étude permettra, en outre, d'apprécier les évolutions au niveau notoriété et image de l'ANAPEC, comparativement à une étude qui a été faite en 2009.

La finalité est de dégager des pistes et opportunités en termes d'axes et d'outils de communication dans le cadre d'une stratégie de communication qui tienne compte des axes directeurs de la stratégie de développement de l'ANAPEC.

Dans l'objectif d'évaluer la notoriété et l'image de l'ANAPEC ainsi que sa communication, l'étude devra identifier les actions à mener pour pallier aux défaillances et lacunes en fonction des attentes des cibles et de tirer des enseignements et des pistes de recommandations en termes d'articulation messages/canaux/cibles.

Le prestataire devra exploiter :

- Les différentes études réalisées par l'ANAPEC (Bilan de notoriété et d'image, étude de satisfaction, ...) à compléter éventuellement par des entretiens téléphoniques (un centre d'appel sera mis à la disposition du prestataire par l'ANAPEC)
- Une étude de notoriété et d'image auprès des institutionnels que le prestataire devra réaliser par ces propres moyennes et qui concerne les trois points suivants :

a. Évaluation de la notoriété de l'ANAPEC

- Citation spontanée parmi les institutions œuvrant dans le domaine de l'emploi
- Connaissance de ses missions et activités
- Mesure de la notoriété Sommet de l'esprit (ou Notoriété de 1er Rang)

b. Évaluation de l'image de l'ANAPEC

- Positionnement par rapport à la problématique de l'emploi (au Maroc, vers l'étranger)
- Positionnement par rapport aux organismes / entités spécialisés dans la recherche de l'emploi
- Positionnement eu égard à la sphère des organismes publics
- Perception de l'évolution de l'ANAPEC sur les 5 dernières années
- Perception de la place (ou du rôle) de l'ANAPEC dans l'économie nationale
- Perception de ses atouts et fragilités
- Identification critique du système de valeurs associées à l'ANAPEC
- Vision quant à l'avenir de l'ANAPEC

Pour chacun des 8 aspects servant à évaluer l'image de l'ANAPEC, le cabinet est invité à préciser les critères d'évaluation.

c. Evaluation de la communication de l'ANAPEC

- Connaissance de l'image de l'ANAPEC
- Connaissance des canaux et supports utilisés
- Perception de la communication de l'ANAPEC
- Évaluation des différents types de communication utilisés par l'ANAPEC : communication écrite, communication orale, communication événementielle, communication digitale
- Attentes et suggestions en matière de communication : en matière d'information / messages, en matière de supports et canaux.

c.1. L'échantillon :

L'étude prendra en compte 4 catégories de cibles et comportera 40 entretiens semi-structurés:

- 10 entretiens auprès de ministères, des établissements et entreprises ;
- 10 entretiens auprès des autorités et collectivités locales au niveau régional et local : région, provinces, préfectures, communes ;
- 10 entretiens auprès de responsables d'organismes associatifs ;
- 10 entretiens auprès des médias.

En plus de ces 40 entretiens le prestataire devra exploiter les différentes études menées par l'anapec (études de satisfaction, clients mystères,...), et aussi le centre d'appels qui est au service du prestataire pour des éventuels entretiens téléphoniques.

c.2. Les phases du projet :

L'étude se déroulera en 4 phases :

- Élaboration et validation du guide d'entretien
- Préparation des entretiens
- Déroulement des entretiens
- Elaboration du rapport des résultats

Livrables :

Un document de la mesure de la notoriété et de l'image de l'ANAPEC, qui servira de base pour établir les recommandations nécessaires à l'élaboration de la stratégie de communication en deux exemplaires plus une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

2. Elaboration de la stratégie de communication :

- a. L'agence conseil en communication devra être en mesure de remettre à l'ANAPEC toutes les informations utiles consistant en études stratégiques, veille concurrentielle, benchmark, et autres outils aussi bien sur l'intermédiation en emploi que dans d'autres secteurs innovants et dynamiques aptes à nourrir l'ensemble des réflexions à mener avec l'ANAPEC
- b. L'agence conseil en communication devra procéder au diagnostic des prestations et des cibles en matière de communication
- c. L'agence conseil en communication devra élaborer une stratégie de communication adaptée aux cibles de communication, à l'évolution de l'offre de service, son positionnement, et segments cibles permettant la consolidation de la notoriété de la marque ANAPEC sur toutes les cibles concernées, et une articulation de la communication autour de la plateforme de marque de ses prestations. L'approche de l'Agence devra faire preuve de créativité, d'originalité et d'innovation, et intégrer une démarche 360° dans sa réflexion et ses recommandations, de manière à se distinguer des communications classiques et à confirmer la place importante accordée par l'ANAPEC au NTIC notamment la formalisation d'une stratégie digitale. L'agence devra également proposer une mise à jour de la charte graphique de l'ANAPEC

Livrables :

Un document de la stratégie de communication en deux exemplaires plus une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

3. Elaboration d'un plan de communication et suivi de la mise en œuvre :

Le prestataire doit élaborer un plan de communication et une stratégie média et veiller à l'optimisation des investissements pour toutes les cibles concernées en tenant compte des objectifs par cible et par prestation. Et avoir un rôle de conseil et d'accompagnement de l'ANAPEC permanent et tout au long de l'exécution de ce plan de communication notamment à travers la conception et la réalisation des campagnes de communication.

Livrables :

Un plan de communication, les fiches de campagnes et les notes de conseils en deux exemplaires plus une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

4. Mise à jour de la charte graphique :

Le prestataire doit exploiter les recommandations de la stratégie de communication pour faire une mise à jour de la charte graphique de l'anapec.

Livrables :

Un nouveau guide de la charte graphique en deux exemplaires plus une version électronique sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

Lot 2 : l'Assistance en communication et l'Achat média.

1. Conception et production d'un spot radio VA et VF :

La prestation consiste en la recherche de concept, rédaction de message, enregistrement radio, location studio son, calage et mixage de son, recherche musicale, montage du message, honoraires voix Off : 2 speakers VA-VF (hors signature)

Livrables :

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

2. Conception d'un story Board d'un spot TV :

La prestation consiste en la recherche de concept, rédaction de message, réalisation du story board ainsi que la rédaction du descriptif technique pour la production d'un spot TV.

Livrables :

Story board + le descriptif technique du spot sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

3. 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 online et offline (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, prises de vue, 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 ...).

4. 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 ...).

5. Conception rédactionnelle et mise en page graphique

La prestation consiste à l'élaboration de contenu rédactionnel et éditorial online et offline (articles, discours, communiqués de presse, et autres) ainsi que la mise en page graphique de ce contenu.

Livrables :

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

6. Conception d'une identité visuelle :

Conception d'une identité visuelle pour un nouveau produit ou prestation de l'ANAPEC (logo + charte graphique).

Livrables :

Un guide de la charte graphique sur papier en deux exemplaires + fichier exécutable sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

7. Achat média

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

- Elaborer des medias planning, pour chaque campagne, en argumentant le choix des médias et supports proposés et les soumettre à la validation de l'ANAPEC.
- Négocier auprès des différents supports les meilleurs dégressifs et optimiser le budget d'achat d'espace de l'ANAPEC.
- La commande et le paiement de la diffusion des médias planning pour le compte de l'ANAPEC auprès des supports concernés (Radio, internet, affichage, etc.) sur la base des conditions générales et tarifs arrêtés par chaque support, en prenant en considération les dégressifs et abattements accordés à l'ANAPEC et/ou négociés par l'agence (les prix peuvent être demandés au service d'achat de l'anapec);
- La préparation 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 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'ANAPEC de tout changement éventuel quant à l'exécution des commandes de diffusion et demander l'accord préalable de l'ANAPEC pour toute nouvelle programmation.
- Mise en place d'outils de mesures des performances médias
- Gestion et suivi de pré-évaluation quant au choix des médias et de post-évaluation de l'impact des campagnes média.
- Accompagner l'ANAPEC dans le Suivi de la production des campagnes de communication.

Livrables :

Un média planning + un bilan de facturation mensuel des prestations réalisées en deux exemplaires plus les fichiers sur (CD ou DVD ou autres supports magnétiques ...).

III- 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

L'agence conseil en communication 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 concernés.

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 concepteur rédacteur ;
- Un directeur artistique ;
- Un média planeur ;
- Un responsable stratégie-média.

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.

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

IV. 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'ANAPEC, qui en deviendra le propriétaire exclusif

Sous cette réserve, L'ANAPEC 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.

BORDEREAU DES PRIX DETAIL ESTIMATIF

BORDEREAU DES PRIX DETAIL ESTIMATIF**Lot 1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication**

Art N°	Désignation des Prestations	Unité de mesure	Quantité	Prix unitaire en DH HT en chiffres	Prix Total en DH HT En chiffres
1	<i>Réalisation d'une étude de notoriété</i>	<i>U</i>	1		
2	<i>Elaboration de la stratégie de communication</i>	<i>U</i>	1		
3	<i>Elaboration d'un plan de communication et suivie de la mise en œuvre</i>	<i>Forfait</i>	1		
4	<i>Mise à jour de la charte graphique</i>	<i>U</i>	1		
Total HT					
TVA (...%)					
TOTAL TTC					

Fait à.....le

Signature et cachet du (concurrent)

BORDEREAU DES PRIX DETAIL ESTIMATIF**Lot 2 : l'Assistance en communication et l'Achat média.**

Art N°	Désignation des Prestations	Unité de mesure	Quantité	Prix unitaire en DH HT en chiffres	Prix Total en DH HT En chiffres
1	<i>Conception et production d'un spot radio VA et VF (base 1 speaker)</i>	<i>U</i>	4		
2	<i>Conception d'un story Board d'un spot TV</i>	<i>U</i>	2		
3	<i>Conception et exécution d'une version de base</i>	<i>U</i>	10		
4	<i>Déclinaison de tout support à un autre support</i>	<i>U</i>	10		
5	<i>Conception rédactionnelle et mise en page graphique (base : 1 page A4, corps 12)</i>	<i>U</i>	50		
6	<i>Conception d'une identité visuelle (logo + charte graphique)</i>	<i>U</i>	1		
7	<i>Achat média pour les mesures de l'emploi avec un budget de 1 500 000 DH</i> (* = le prix correspond au budget 1.500.000 dh augmenté de la commission de l'agence ex : si l'agence propose une commission de 2% soit 30.000 dh le montant indiquer est de 1.530.000 dh, ainsi pour chaque commande la commission sera 2% du montant de la campagne.	Forfait	1	(*)	
Total HT					
TVA (...%)					
TOTAL TTC					

Fait à.....le

Signature et cachet du (concurrent)

ANNEXES :

- **Annexe n° 1 : modèle de l'acte d'engagement**
- **Annexe n° 2 : modèle du bordereau des prix et détail estimatif**
- **Annexe n° 3 : modèle de la déclaration sur l'honneur**
- **Annexe n° 4 : note sur les moyens humains et techniques**

ACTE D'ENGAGEMENT (Par lot)

A - Partie réservée à l'Administration

Appel d'offres ouvert, sur offres des prix n°11/2015 du 29/10/2015 à 10h.

Objet du marché **Le Choix d'une agence de communication pour**

Lot1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication,

Lot2 : L'Assistance en communication et l'Achat média.

Est passé en application de l'alinéa 2 paragraphe 1 de l'article 16, et l'alinéa 3 paragraphe 3 de l'article 17 du décret n°2-12-349 du 20 mars 2013 relatif aux marchés publics.

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(1), adresse du domicile élu:affilié à la CNSS sous le n° :(2)

Inscrit au registre du commerce de..... (Localité) sous le n°(2)..... n° de patente(2)

b) Pour les personnes morales

Je soussigné(1)(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)

En vertu des pouvoirs qui me sont conférés :

Après avoir pris connaissance du dossier d'appel d'offres ouvert sur offres de prix 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 et un détail estimatif établi (s) conformément aux modèle figurant au dossier d'appel d'offres;

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

Montant hors TVA..... (En lettres et en chiffres)

Taux de la TVA (En pourcentage)

Montant de la T.V.A. :..... (en lettres et en chiffres)

Montant T.V.A. comprise : (en lettres et en chiffres)

L'ANAPPEC se libérera des sommes dues par lui en faisant donner crédit au Compte

..... (À la trésorerie générale, bancaire, ou postal) ouvert à mon nom (ou au nom de la Société) à(localité) sous le numéro, sous relevé d'identification bancaire (RIB) numéro

.....

Fait àle.....

(Signature et cachet du concurrent)

Lorsqu'il s'agit d'un groupement, ses membres doivent :

Mettre : « nous, soussignés : ;; nous obligeons conjointement/ou solidairement (choix la mention adéquate et ajouter au reste de l'acte d'engagement les rectifications grammaticales correspondante) »

Ajouter l'alinéa suivante : « désignons, (prénom, nom et qualité) en tant que mandataire du groupement ».

Préciser la ou les parties des prestations que chacun des membres du groupement s'engage à réaliser pour le groupement conjoint et éventuellement pour le groupement solidaire.

Pour les concurrent non installés au Maroc, préciser la référence des documents équivalents et lorsque ces documents ne sont pas délivrés par leur 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.

Ces mentions ne concernent que les personnes assujetties à cette obligation.

Fait àle.....

(Signature et cachet du concurrent)

DECLARATION SUR L'HONNEUR(*)

- Mode de passation : appel d'offres sur offre de prix n° 11/2015

Objet du marché le Choix d'une agence de communication pour le

Lot1 : L'Elaboration de la Stratégie de Communication,

Lot2 : L'Assistance en communication et l'Achat média.

A - Pour les personnes physiques

Je, soussigné: (nom, prénom et qualité)

Numéro de tél..... numéro de fax.....

Adresse électroniqueagissant 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)

B - Pour les personnes morales

Je, soussigné (nom, prénom et qualité au sein de l'entreprise)

Numéro de tél..... numéro de fax.....

Adresse électronique

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), En vertu des pouvoir qui me sont conférés.

Déclare sur l'honneur :

1 - m'engager à couvrir, dans les limites fixées dans le cahier des charges, par une police d'assurance, les risques découlant de mon activité professionnelle;

2 - que je remplie les conditions prévues à l'article 24 du décret n° 2.12.349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013) relatif aux marchés publics;

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 décret n° 2.12.349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013) précité ;

que celle-ci ne peut dépasser 50 % du montant du marché, ni porter sur les prestations constituant le lot ou le corps d'état principal prévue dans le cahier des prescriptions spéciales, ni sur celle que le maître d'ouvrage a prévu dans ledit cahier ;

5- m'engager à ne pas recourir par moi-même ou par personne interposée à des pratiques de fraudes 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'influencer sur les différentes procédures de conclusion du présent marché.

7- Atteste que je ne suis pas en situation de conflit d'intérêt tel que prévu à l'article 168 du 24 du décret n° 2.12.349 précité

8- je certifie l'exactitude des renseignements contenus dans la présente déclaration sur l'honneur et dans les pièces fournies dans mon dossier de candidature.

8- Je reconnais avoir pris connaissance des sanctions prévues par les articles 138 et 159 du décret n° 2.12.349 précité, relatives à l'inexactitude de la déclaration sur l'honneur.

9- Que je remplis les conditions prévues à l'article premier de la loi n°53-00 formant charte de la petite et moyenne entreprise, promulguée par le dahir n°1-02-188 du 12 jourmada I 1423 (23 juillet 2002).

Fait àle.....

(Signature et cachet du concurrent)

(1) pour les concurrents non installés au Maroc, préciser la référence aux documents équivalents lorsque ces documents ne sont pas délivrés par leur pays d'origine ou de provenance.

(2) à supprimer le cas échéant

(*) En cas de groupement, chacun des membres doit présenter sa propre déclaration sur l'honneur.

NOTE SUR LES MOYENS HUMAINS ET TECHNIQUES (A titre indicatif)

A/ Renseignement généraux :

1/ Présentation du concurrent

- 1-1. Nom ou raison sociale,
- 1-2. Adresse du siège sociale,
Adresse du Domicile élu,
Adresse des usines, ateliers et magasins,
- 1-3. N° du téléphone
N° du télécopieur
E-mail
- 1-4. Forme juridique
- 1-5. Date de création
- 1-6. Mode d'exploitation (Propriétaire, exploitant, Gérant, Locataire)
- 1-7. N° de Registre de commerce
Localité d'inscription
- 1-8. N° d'affiliation à la C.N.S.S
- 1-9. Personnes ayant qualité pour engager le concurrent en matière de marchés (Nom, Prénom, Fonction, Référence au statut).
- 1-10. N° du compte courant bancaire (postal ou à la trésorerie Générale).

2/ Organisation – domaine d'activité.

- 2-1 . Groupement d'appartenance
Membre du groupement
Entreprise pilote
Forme de participation
- 2-2 Référence de la société mère ⁽¹⁾
- 2-3 Représentation au Maroc ⁽²⁾ (forme, dénomination).
- 2-4 Activité de l'entreprise (Profession, industrie, branche...)
- 2-5 Limites éventuelles de la zone d'action
- 2-6 Firmes, marques commerciales et produits représentés (indiquer si exclusivité de la représentation).
- 2-7 Structure de l'Entreprise (description sommaire).
- 2-8 Implantation (avec adresse des agences et représentation locales)

2/ Références financières

- 3-1. Montant du capital social
- 3-2. Montant du chiffre d'affaire pour les 3 derniers exercices
- 3-3. Références bancaires (joindre attestation de la solvabilité et de capacité financière).
- 3-4. Polices d'assurances

⁽¹⁾ *S'il s'agit d'une filiale*

⁽²⁾ *S'il s'agit d'un concurrent non installé au Maroc*

B/ Moyens humains et techniques :

1- Moyens humains :

- 1-1 . Effectif total du personnel employé
- 1-2 . Répartition par catégorie (personnel de direction, cadres supérieurs, cadres techniques, cadre de maîtrise et encadrement, ouvriers, employés....)
- 1-3 . Qualification et expérience professionnelle dans le domaine objet de l'AO
- 1-4 . Fonction exercées et postes occupés au sein de l'entreprise.

2- Moyens matériel et technique :

- 2-1 . Locaux occupé (nombre, superficie, implantation, affectation)
- 2-2 . Equipement et installation (consistance, importance, affectation, implantation...).

3- Liste des prestations exécutées :

- 3-1 . Prestations exécutées pour le secteur public.
 - 3-2 . Autres prestations exécutés dans le secteur privé.
- (Indiquer l'objet, la date et le lieu d'exécution, le montant de ces prestations ainsi que la dénomination du bénéficiaire)

C/ Autres renseignements (à faire valoir) :

Le concurrent indiquera tout autre renseignement qu'il jugera utile pour éclairer le maître d'ouvrage sur ses capacités, son expérience professionnelle et les moyens dont il dispose (période de fermeture annuelle, appareils et essais de vérification, bureau d'étude de l'entreprise....).

Fait à.....le.....

(Signature et cachet du concurrent)