



Appel d'Offres ouvert N° 6/2011

**Choix d'une Agence de communication pour la
Marocaine Des Jeux et des Sports dans le cadre d'un
marché pluriannuel pour la période 2011 - 2013**

Date de remise des plis : 15/09/11 à 10 h

Partie 1 :
Cahier des Prescriptions Spéciales

SOMMAIRE

PREAMBULE DU CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPECIALES

CHAPITRE PREMIER : CLAUSES ADMINISTRATIVES ET FINANCIERES

ARTICLE 1: OBJET DU MARCHÉ

ARTICLE 2: CONSISTANCE DES PRESTATIONS

ARTICLE 3 : DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU MARCHÉ

ARTICLE 4 : REFERENCE AUX TEXTES GENEREAUX ET SPECIAUX APPLICABLES AU MARCHÉ

ARTICLE 5 : VALIDITE ET DATE DE NOTIFICATION DE L'APPROBATION DU MARCHÉ

ARTICLE 6 : PIECES MISES A LA DISPOSITION DU FOURNISSEUR

ARTICLE 7: ELECTION DU DOMICILE DU FOURNISSEUR

ARTICLE 8: NANTISSEMENT

ARTICLE 9: SOUS-TRAITANCE

ARTICLE 10 : DELAI DE LIVRAISON OU DATE D'ACHEVEMENT

ARTICLE 11 : NATURE DES PRIX

ARTICLE 12: CARACTERE DES PRIX

ARTICLE 13 : CAUTIONNEMENT PROVISOIRE ET CAUTIONNEMENT DEFINITIF

ARTICLE 14: RETENUE DE GARANTIE

ARTICLE 15 : ASSURANCES - RESPONSABILITE

ARTICLE 16 : PROPRIETE INDUSTRIELLE, COMMERCIALE OU INTELLECTUELLE

ARTICLE 17: DELAI DE GARANTIE

ARTICLE 18 : MODALITES ET CONDITIONS DE LIVRAISON

ARTICLE 19 : MODALITES DE REGLEMENT

ARTICLE 20 : RECEPTIONS PROVISOIRE ET DEFINITIVE

ARTICLE 21 : PENALITES POUR RETARD

ARTICLE 22: RETENUE A LA SOURCE APPLICABLE AUX TITULAIRES ETRANGERS NON RESIDENTS AU
MAROC

ARTICLE 23: DROITS DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

ARTICLE 24 : LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA CORRUPTION

ARTICLE 25 : CAS DE FORCE MAJEURE

ARTICLE 26: RESILIATION DU MARCHÉ

ARTICLE 27: REGLEMENT DES DIFFERENDS ET LITIGES

Marché pluriannuel passé conformément aux dispositions du règlement régissant les formes et passation des marchés de la MDJS, en particulier son article 6 ainsi qu'aux textes régissant les marchés publics applicables à la MDJS.

ENTRE

Le(maître d'ouvrage), représenté par Monsieur.....(nom et qualité).

D'UNE PART

ET

Cas d'une personne morale

Mqualité
Agissant au nom et pour le compte de.....(Raison sociale et forme juridique) en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés.
Au capital social Patente n°
Registre de commerce de Sous le n°
Affilié à la CNSS sous n°
Faisant élection de domicile au
.....
Compte bancaire RIB (24 positions).....
Ouvert auprès de.....
Désigné ci-après par le terme « **FOURNISSEUR** »

D'AUTRE PART

IL A ETE ARRETE ET CONVENU CE QUI SUIV

Cas d'un groupement

|| Dans ce cas, il y a lieu de rappeler les références de la convention constitutive du groupement (article 83 du décret du 5 février 2007 relatif aux marchés de l'Etat) la nature du groupement, l'identité et les références de chacun des membres du groupement.

Les membres du groupement constitué aux termes de la convention(les références de la convention) soussigné :

- Membre 1 :

Mqualité
Agissant au nom et pour le compte de.....en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés.
Au capital social Patente n°
Registre de commerce de Sous le n°
Affilié à la CNSS sous n°
Faisant élection de domicile au
.....
Compte bancaire RIB (24 positions).....
ouvert auprès de.....

- Membre 2 :

(Servir les renseignements le concernant)

-

- Membre n :

-

-

Nous nous obligeons (*conjointement ou solidairement, selon la nature du groupement*) ayant
M..... (*prénom, nom et qualité*) en tant que mandataire
du groupement et coordonnateur de la réalisation des prestations, ayant un compte bancaire commun
RIB (24 positions).....
ouvert auprès de.....
Désigné ci-après par le terme « **FOURNISSEUR** »

D'AUTRE PART

IL A ETE ARRETE ET CONVENU CE QUI SUIT

ARTICLE 1: OBJET DU MARCHÉ

Le présent marché a pour objet le choix d'une agence conseil en communication chargée de conseiller, assister et accompagner la MDJS dans sa stratégie de communication.

ARTICLE 2: CONSISTANCE DES PRESTATIONS

Les prestations au titre du présent marché ont pour objet de conseiller, assister et accompagner la MDJS dans sa stratégie de communication et dans le déploiement de toutes ses actions de communication.

A ce titre, la mission de l'Agence s'articulera principalement autour des 3 axes suivants :

- Le conseil stratégique et opérationnel
- La création, conception et exécution des actions de communication.
- Le planning média, l'achat d'espace publicitaire et le déploiement opérationnel.

ARTICLE 3 : DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU MARCHÉ

Les documents constitutifs du marché sont ceux énumérés ci-après :

1. L'acte d'engagement ;
2. Le présent cahier des prescriptions spéciales ;
3. L'offre technique ;
4. Le bordereau des prix - détail estimatif (lorsque le marché est à prix unitaires) ;
5. Le détail estimatif (lorsque le marché est à prix unitaires) ;
6. La décomposition du montant global (pour les marchés à prix global);
7. Le sous détail des prix lorsqu'il est prévu par le marché;
8. Le cahier des prescriptions communes (lorsque le CPC se rapportant à l'objet du marché existe);
9. Le cahier des clauses administratives générales (CCAG) applicable aux marchés de services pour le compte de l'Etat (CCAG-EMO) tel qu'approuvé par le décret n ° 2-01-2332 du 4 juin 2002.

En cas de contradiction ou de différence entre les documents constitutifs du marché, ceux-ci prévalent dans l'ordre où ils sont énumérés ci-dessus.

ARTICLE 4 : REFERENCE AUX TEXTES GENEREAUX ET SPECIAUX APPLICABLES AU MARCHÉ

Les parties contractantes du marché sont soumises aux dispositions des textes suivants:

- Règlement des marchés de la MDJS ;
- Loi n° 69.00 relative au contrôle financier de l'Etat sur les entreprises publiques et autres organismes et ses textes d'application ;
- Textes législatifs et réglementaires régissant la MDJS.

Le fournisseur devra se procurer ces documents s'il ne les possède pas et ne pourra en aucun cas exciper de l'ignorance de ceux-ci et se dérober aux obligations qui y sont contenues

ARTICLE 5 : VALIDITE ET DATE DE NOTIFICATION DE L'APPROBATION DU MARCHÉ

Le présent marché ne sera valable et définitif qu'après son approbation par l'autorité compétente. L'approbation du marché doit intervenir avant tout commencement des travaux.

ARTICLE 6 : PIECES MISES A LA DISPOSITION DU FOURNISSEUR

Aussitôt après la notification de l'approbation du marché, le maître d'ouvrage remet gratuitement au fournisseur, contre décharge, les documents constitutifs du marché en l'occurrence les pièces expressément désignées à l'article 3 du présent CPS à l'exception du cahier des prescriptions communes applicable et du cahier des clauses administratives générales.

Le maître d'ouvrage ne peut délivrer ces documents qu'après constitution du cautionnement définitif, le cas échéant.

ARTICLE 7 : ELECTION DU DOMICILE DU FOURNISSEUR

Toutes les correspondances relatives au présent marché sont valablement adressées au domicile du fournisseur sis au

En cas de changement de domicile, le fournisseur est tenu d'en aviser le maître d'ouvrage dans un délai de 15 jours suivant ce changement.

ARTICLE 8 : NANTISSEMENT

Dans l'éventualité d'une affectation en nantissement, il sera fait application des dispositions du dahir du 28 Août 1948 relatif au nantissement des marchés publics ;

ARTICLE 9 : SOUS-TRAITANCE

Si le fournisseur envisage de sous-traiter une partie du marché, il doit requérir l'accord préalable du maître d'ouvrage auquel il est notifié la nature des fournitures à sous traiter, la raison ou la dénomination sociale, l'adresse et l'identité des sous-traitants et une copie conforme du contrat de la sous-traitance.

La sous-traitance ne peut en aucun cas dépasser cinquante pour cent (50%) du montant du marché. Les fournitures énumérées ci-après ne peuvent faire l'objet de sous-traitance :

..... ;
..... ;

Les sous-traitants doivent satisfaire aux conditions requises des concurrents à l'article 22 du décret du 5 février 2007 relatif aux marchés de l'Etat.

ARTICLE 10 : DELAI DE LIVRAISON OU DATE D'ACHEVEMENT

Le contrat est conclu pour une durée d'une année. A l'expiration de la première année civile, il sera renouvelé annuellement par tacite reconduction, sans toutefois que la durée totale du contrat puisse dépasser trois années civiles, c'est-à-dire le 31 Décembre 2013.

Le contrat peut être résilié par l'une ou l'autre des parties contractantes sous réserve d'un préavis de trois mois avant l'expiration du terme d'une année notifié par lettre recommandée avec accusé de réception.

Le délai de livraison court à partir de la date prévue par l'ordre de service prescrivant le commencement de mission. Cet ordre de service doit intervenir avant le.....2011.

ARTICLE 11 : NATURE DES PRIX

Les prestations du présent marché seront rémunérées en partie sur la base de prix unitaires et en partie sur la base d'un prix global.

Les prix unitaires du marché sont ceux prévus au bordereau des prix-détail estimatif annexé au présent cahier des prescriptions spéciales.

Ils rémunèrent les fournitures les concernant par application de ces prix unitaires aux quantités réellement exécutées conformément au marché.

Les prestations à livrer sur la base des prix globaux sont celles prévues au niveau du bordereau des prix détail estimatif annexé au présent cahier des prescriptions spéciales. Ils sont établis et calculés sur la base de la décomposition des montants globaux annexée au présent cahier des prescriptions spéciales. Chacun de ces prix globaux couvre et rémunère l'ensemble de la fourniture qui le concerne.

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

ARTICLE 12 : CARACTERE DES PRIX

Le présent marché est passé à prix fermes. 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 du règlement.

ARTICLE 13 : CAUTIONNEMENT PROVISOIRE ET CAUTIONNEMENT DEFINITIF

Le montant du cautionnement provisoire est fixé à vingt mille (20.000) dirhams.

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

Le montant du cautionnement provisoire fixé ci-dessus reste acquis à l'Etat dans le cas où le fournisseur ne réalise pas son cautionnement définitif dans un délai de 30 jours suivant la date de la notification de l'approbation du présent marché ou dans les cas prévus par l'article 39 du décret du 5 février 2007 relatif aux marchés de l'Etat.....du règlement des marchés de la MDJS

Le cautionnement définitif sera restitué 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 mois suivant la date de la réception définitive des fournitures.

ARTICLE 14: RETENUE DE GARANTIE

Par dérogation à l'article 13 du CCAG, il n'est pas prévu de retenue de garantie.

ARTICLE 15: ASSURANCES - RESPONSABILITE

Le fournisseur doit adresser au maître d'ouvrage, avant tout commencement de réalisation des prestations, les copies des polices d'assurance qu'il doit souscrire et qui doivent couvrir tous les risques inhérents à la réalisation du marché.

ARTICLE 16 : PROPRIETE INDUSTRIELLE, COMMERCIALE OU INTELLECTUELLE

- Le fournisseur garantit formellement le maître d'ouvrage contre toutes les revendications des tiers concernant les brevets d'invention relatifs aux procédés et moyens utilisés, marques de fabrique, de commerce et de service.
- Il appartient au fournisseur le cas échéant, d'obtenir les cessions, licence d'exploitation ou autorisation nécessaires et de supporter la charge des frais et redevances y afférentes.

ARTICLE 17 : DELAI DE GARANTIE

Conformément à l'article 67 du CCAG applicable aux marchés de travaux, le délai de garantie est fixé à trois mois à compter de la date de la réception provisoire.

Pendant le délai de garantie, le fournisseur sera tenu, de procéder aux rectifications qui lui seraient demandées en cas de mauvaise qualité, anomalies ou défauts constatés, sans pour autant que ces fournitures supplémentaires puissent donner lieu au paiement à l'exception de celles résultant de l'usure normale, d'un abus d'usage ou de dommages causés par le maître d'ouvrage.

ARTICLE 18 : MODALITES ET CONDITIONS DE LIVRAISON

La livraison des prestations objet du présent marché devra être réalisée par les moyens propres du titulaire du marché au 33 Boulevard Rachidi Casablanca.

Les fournitures livrées par le fournisseur doivent être accompagnées d'un bulletin de livraison établi en trois d'exemplaires. Ce bulletin doit indiquer :

1. La date de livraison ;
2. La référence au marché ou le N° du lot le cas échéant ;
3. L'identification du fournisseur ;
4. L'identification des équipements livrés (N° du marché, N° de l'article, désignation et caractéristique des fournitures, quantités livrées.....etc.).

Toute livraison doit s'effectuer pendant les jours ouvrables et en dehors des jours fériés et dans tous les cas selon un programme préétabli par le fournisseur et accepté par le maître d'ouvrage.

Avant toute livraison, le titulaire du marché doit faire parvenir un préavis d'au moins trois jours au maître d'ouvrage.

CONDITIONS DE LIVRAISON

La livraison est effectuée en présence des représentants dûment habilités du maître d'ouvrage et du fournisseur.

Lorsque des contrôles préliminaires laissent apparaître des discordances entre les fournitures indiquées dans le marché ou entre les échantillons et prospectus déposés et celles effectivement livrées, la livraison est refusée par le maître d'ouvrage et le titulaire est saisi immédiatement, par écrit, pour procéder aux modifications nécessaires à la correction des anomalies constatées, ou, le cas échéant, pourvoir au remplacement des fournitures non-conformes.

Le retard engendré par le remplacement ou la correction des fournitures ou prestations jugées non conformes par le maître d'ouvrage sera imputable au fournisseur et la non réception par le maître d'ouvrage ne justifie pas, par lui-même, l'octroi d'une prolongation du délai contractuel.

Après correction des défauts et anomalies constatés, ou remplacement des fournitures ou prestations refusées, le maître d'ouvrage procède à nouveau aux mêmes opérations de vérification et de contrôle.

ARTICLE 19 : MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Pour l'établissement des décomptes le fournisseur est tenu de fournir au maître d'ouvrage une facture appuyée par les bons de livraisons et établie en trois exemplaires décrivant les équipements livrés et indiquant les quantités livrées, le montant total à payer ainsi que tous les éléments nécessaires à la détermination de ce montant.

Le règlement sera effectué sur la base desdits décomptes en application des prix du bordereau des prix – détail estimatif aux quantités réellement livrées, déduction faite de la retenue de garantie et l'application des pénalités de retard, le cas échéant.

Sur ordre du maître d'ouvrage, les sommes dues au fournisseur seront versées au Compte bancaire RIB (24 positions).....ouvert auprès de.....(la banque, la poste ou la trésorerie générale du Royaume).

REMUNERATION DES PRESTATIONS DE L'AGENCE

La rémunération des prestations de l'Agence se fera sur la base de la grille tarifaire des prestations de l'Agence prévue en annexe.

Seules les pistes retenues et validées par l'Annonceur seront facturées. La signature d'un devis pour lancer les travaux ne vaut pas automatiquement la réception des prestations objets du devis.

- Dans le cas d'une campagne commandée et présentée mais non validée, aucun paiement ne sera fait et d'autres pistes seront alors demandées à l'agence.
- Dans le cas d'une campagne commandée et présentée par l'agence mais annulée ou reportée par la MDJS pour des raisons techniques ou autres, la prestation de création du concept sera facturée à 50%.
- Une campagne est considérée validée une fois l'accord retenu par la commission de validation conformément au processus mis en vigueur.

REMUNERATION DES PRESTATIONS DES FOURNISSEURS TIERS-GESTION DES RELATIONS

Si certaines prestations ne peuvent être effectuées (pour des raisons techniques de savoir-faire ou de délais) que par un seul fournisseur, l'agence doit s'engager par écrit sur l'exclusivité de ce fournisseur pour le type de prestation demandée avant de lancer les travaux.

Sous réserve de l'Accord préalable d'engagement de dépense ci-avant précité, tous les travaux et prestations externes confiés par l'Agence à des fournisseurs tiers seront réglés directement par elle et la MDJS s'engage à lui rembourser le montant des factures correspondantes.

Pour ces travaux l'Agence assume toute la responsabilité en cas de défaillance du fournisseur tiers (non-respect des délais, mauvaise qualité des prestations) et devra prendre en charge la nouvelle production à ses frais.

ARTICLE 20 : RÉCEPTIONS PROVISOIRE ET DÉFINITIVE

Le maître d'ouvrage s'assure, en présence du fournisseur ou de son représentant, de la conformité des fournitures ou prestations aux spécifications techniques du marché.

Les fournitures et prestations livrées, sont soumises à des vérifications destinées à constater la conformité avec le descriptif des fournitures indiquées sur le bordereau des prix détail estimatif, ou par comparaison avec les modèles décrits par la documentation technique, et le cas échéant, avec les échantillons déposés par le titulaire du marché.

A l'issue de ces opérations, le maître d'ouvrage prononcera la réception provisoire ou définitive selon le cas.

La réception définitive est prononcée après l'expiration du délai de garantie.

En l'absence du délai de garantie, la réception définitive est prononcée en même temps que la réception provisoire.

Les opérations sus mentionnées sont sanctionnées, selon le cas, par un procès verbal de réception provisoire ou définitive signé par les membres de la commission de réception désignée à cet effet.

ARTICLE 21 : PÉNALITÉS POUR RETARD

A défaut d'avoir terminé la livraison des fournitures dans les délais prescrits (ou à la date d'achèvement prescrite lorsque le marché fixe ladite date), il sera appliqué au fournisseur une pénalité par jour calendaire de retard de 1/1000 du montant du marché (une fraction de millième du montant de l'ensemble du marché).

Les pénalités ne pourront dépasser un plafond d'un dixième (10%) du montant du marché. Le montant des pénalités sera le cas échéant déduit d'office des décomptes des sommes dues à l'intervenant.

Lorsque le plafond des pénalités est atteint, l'autorité compétente est en droit de résilier le marché après mise en demeure préalable et sans préjudice de l'application des mesures coercitives conformément aux dispositions de l'article 70 du CCAG applicable aux marchés de travaux.

ARTICLE 22 : RETENUE À LA SOURCE APPLICABLE AUX TITULAIRES ÉTRANGERS NON RÉSIDENTS AU MAROC ET OBLIGATIONS DE TVA

Une retenue à la source au titre de l'impôt sur les sociétés ou de l'impôt sur le revenu, le cas échéant, fixée au taux de dix pour cent (10 %), sera prélevée sur le montant hors taxe sur la valeur ajoutée des fournitures réalisées au Maroc dans le cadre du présent marché.

Le fournisseur se doit également d'accomplir ses obligations fiscales en matière de TVA applicables aux entreprises non résidentes.

ARTICLE 23 : DROITS DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

Le fournisseur doit acquitter les droits auxquels peuvent donner lieu l'enregistrement et timbre du marché, tels que ces droits résultent des lois et règlements en vigueur.

ARTICLE 24: LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA CORRUPTION

Le fournisseur ne doit pas recourir par lui-même ou par personne interposée à des actes de corruption, à des manœuvres frauduleuses, et à des pratiques collusoires, à quelque titre que ce soit, dans les différentes procédures de passation, de gestion et d'exécution du marché.

Le fournisseur ne doit pas faire, par lui-même ou par personne interposée, des promesses, des dons ou des présents en vue d'influer sur les différentes procédures de conclusion d'un marché et lors des étapes de son exécution.

Les dispositions du présent article s'appliquent à l'ensemble des intervenants dans la réalisation du présent marché

ARTICLE 25: RESILIATION DU MARCHE

Sous réserve des dispositions de l'article 10 ci-dessus, la résiliation du marché peut être prononcée conformément aux dispositions prévues par le décret n° 2.06.388 du 5 février 2007 relatif aux marchés de l'Etat le règlement des marchés de la MDJS et celles prévues par le CCAG applicable aux marchés de travaux.

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

Si des actes frauduleux, des infractions réitérées aux conditions de travail ou des manquements graves aux engagements pris ont été relevés à la charge du fournisseur, le ministre, sans préjudice des poursuites judiciaires et des sanctions dont le fournisseur est passible, peut par décision motivée, prise

après avis de la Commission des Marchés, l'exclure temporairement ou définitivement de la participation aux marchés de son administration.

ARTICLE 26 : RÈGLEMENT DES DIFFERENDS ET LITIGES

Si en cours de la réalisation du marché, des différends et litiges surviennent avec le fournisseur, les parties s'engagent à régler celles-ci dans le cadre des stipulations des articles 71 et 72 du CCAG applicable aux marchés de travaux.

Les litiges entre le maître d'ouvrage et le fournisseur sont soumis aux tribunaux marocains compétents.

Partie II
Chapitre II : Cahier des Prescriptions Techniques

Introduction

Le présent appel d'offres a pour objet la désignation d'une agence conseil en communication chargée de conseiller, assister et accompagner la MDJS dans sa stratégie de communication et dans le déploiement de toutes ses actions de communication.

A ce titre, la mission de l'Agence s'articulera principalement autour des 3 axes suivants :

- Le conseil stratégique et opérationnel
- La création, conception et exécution des actions de communication.
- Le planning média, l'achat d'espace publicitaire et le déploiement opérationnel.

Entrent dans le cadre de ces 3 axes les prestations suivantes :

1. Conseil stratégique et opérationnel

A partir des objectifs et des moyens budgétaires de l'Annoncé, l'agence soumettra à l'Annoncé les recommandations détaillées nécessaires pour atteindre les objectifs fixés en ce qui concerne notamment la stratégie de communication, la conception et la formulation des thèmes publicitaires, plan média, ... :

- Elaboration de la stratégie communication et marketing avec des recommandations détaillées
- Elaboration des plans d'action communication et marketing
- Elaboration et/ou achat des études nécessaires à l'élaboration de la stratégie de communication et de la stratégie média
- Réalisation des calendriers, plans d'action et tableaux de bord
- Suivi de l'exécution budgétaire des plans d'actions et bilan des actions écoulées
- Analyse des opportunités de sponsoring média et hors média et présentation des recommandations détaillées
- Analyse des résultats Pré et post campagnes et recommandations

2. La création, conception et exécution des actions de communication

- Mise en œuvre des plans d'actions : conception, rédaction, direction artistique des actions média et hors média jusqu'à l'acceptation des concepts de création, sous forme de maquettes finalisées, story-board, textes radio.
- Suivi et contrôle de la bonne exécution des campagnes et actions publicitaires.

3. Organisation d'événements

4. Choix des médias pour les campagnes de publicité et répartition budgétaire en fonction des différents supports de communication retenus, sur la base des études d'audience, du lectorat et des publics.

5. Achat d'espace média (TV, radio, presse, cinéma, web) et négociation avec les médias pour le compte de la MDJS, gestion des médias et suivi des diffusions.

6. Suivi et contrôle de la bonne exécution des plans média.
7. Déploiement de l'ensemble des actions de communication/sponsoring de la MDJS sur le terrain

Présentation de la MDJS

Depuis sa création en 1962, la MDJS détient le monopole de l'organisation et de l'exploitation des concours de pronostics portant sur les compétitions sportives. C'est le point de départ d'un long parcours, avec pour défi de consolider année après année sa position centrale dans le secteur de la loterie au Maroc et s'affirmer en tant qu'opérateur moderne.

Elle offre des produits qui répondent à la fois aux objectifs marketing, et aux fondements de la politique de jeu responsable.

L'histoire de l'institution est intimement liée à celle du sport. En 1987, la création du FNDS ou Fonds National de Développement du Sport, a permis à la Marocaine des Jeux et des Sports de matérialiser sa mission. Sa mise sous tutelle du Ministère de la Jeunesse et des Sports en 1995 a marqué un tournant décisif dans le parcours de l'institution et a confirmé son orientation sportive.

Offrant dès ses débuts une importante variété de jeux, la MDJS innove régulièrement, choisissant de nouveaux produits répondant à ses objectifs commerciaux et toujours conformes à l'éthique de jeu responsable. Comptant parmi les plus populaires : le Cote&Foot datant de 2005 (devenu cote&sport), divers jeux de grattage et surtout le lancement en 2008 du jeu Chrono.

Aujourd'hui, La MDJS est une réelle institution, distinguée par une vision claire et une réelle implication dans son environnement. D'année en année, ses choix et orientations la portent vers une amélioration continue de ses accomplissements et résultats.

La société garantit la protection des participants, en soutenant la sécurité, la fiabilité et la transparence des opérations de jeu par la prévention des excès, la protection des mineurs, et la sensibilisation des participants. Ces efforts ont valu à La MDJS l'obtention de la certification niveau 1 en matière de « Jeu Responsable » délivré par la WLA (World Lottery Association).

En 2010, La MDJS a intégré l'Européen Loteries Sports qui, avait à l'origine pour mission d'organiser, durant la période estivale, une compétition appelée « Intertoto Cup » en partenariat avec l'UEFA. Aujourd'hui, EL Sports se positionne en tant que pôle de réflexion autour des services favorisant le développement des paris sportifs à l'échelle européenne et mondiale.

La Marocaine Des Jeux et des Sports (MDJS) est une Société Anonyme au capital de 5.000.000 Dirhams détenu par le Trésor Public pour 90 % et pour 10 % par la Caisse de Dépôt et de Gestion.

La Marocaine Des Jeux et des Sports est placée sous la tutelle du Ministère de la Jeunesse et des Sports et administrée par un conseil d'administration dont les membres sont des représentants du Ministère de la Jeunesse et des Sports, des représentants du Ministère des Finances, la CDG, la Loterie Nationale, le Comité National Olympique et la Fédération Royale Marocaine de Football.

Quelques dates clés qui ont fait l'Histoire de la MDJS.

| | |
|-------------|--|
| 1962 | Date de Création de La MDJS |
| 1973 | Création, en association avec la Loterie Nationale, de la L.O.R, société chargée de la distribution et de la commercialisation des jeux ; |
| 1974 | Affiliation à l'INTERTOTO : groupement international des sociétés d'État organisatrices des paris sportifs ; |
| 1987 | Création du FNDS (Fonds National du Développement du Sport) ; |
| 1995 | La MDJS est mise sous tutelle du Ministère de la Jeunesse et des Sports. Ceci allait coïncider avec un tournant décisif ; une nouvelle stratégie, une nouvelle organisation. Adhésion à la WLA (Association mondiale des loteries d'Etat) ; |
| 2004 | Double certification de la MDJS (WLA et BS 7799) ; |
| 2006 | Certification de la MDJS norme 27001; Lancement de la carte " IMTIYAZ" ; |
| 2008 | Lancement du jeu "Chrono" |
| 2010 | <ul style="list-style-type: none"> ○ Signature le 23 février 2010 d'un Contrat de prestations de services et d'infogérance pour la fourniture et l'installation d'un nouveau système d'exploitation des Jeux entre La MDJS, la Société de Gestion de la Loterie Nationale et La société Intralot SA ○ Adhésion de la MDJS à European lotteries Sports ○ Changement de l'identité visuelle de la MDJS (nouveau logo) Lancement d'une campagne de communication |

En 2010, la MDJS a réalisé une première campagne d'image qui a permis de placer la société comme un acteur sportif de premier rang en terme d'image et de relations publiques à travers les actions de sponsoring. Cette campagne a permis à la Marocaine des Jeux et des sports de s'identifier comme « MDJS » et de se positionner comme un acteur important dans l'environnement sportif qui évolue de manière intéressante ces derniers mois.

Cette première prise de parole a permis de passer de l'état d'une marque « invisible », quasi absente au niveau des médias, à celui d'une marque qui communique, qui n'hésite pas à promouvoir les actions qu'elle entreprend.

Le concept « L'Esprit Sportif » a été bien illustré dans les différents messages publicitaires. L'accent a été mis sur le symbole de victoire représenté par le J au niveau du logo de la MDJS. La campagne a été déclinée en plusieurs visuels, et plusieurs situations, ce qui a permis d'alterner les passages tout en conservant le même message

Quelques insuffisances :

- Une confusion persistante chez le grand public quant au rôle « réel » de la MDJS
- En dépit de son âge (50 ans en 2012), la MDJS reflète toujours l'image d'une société peu connue.
- La campagne média menée en 2010 reste insuffisante en termes de durée et d'impact.

Dans le cadre de cet appel d'offres, le soumissionnaire est tenu de proposer une stratégie de communication pour les trois prochaines années (institutionnelle et produits) visant à faire connaître la société ainsi que les produits qu'elle commercialise, poursuivre et amplifier la politique de soutien au développement du sport national. Cette stratégie doit privilégier davantage la communication sur les produits.

Compte tenu de la spécificité des activités de la MDJS, l'agence devra également agir activement en tant que conseil dans les domaines qui suivent :

Revenus

Le CA annuel de la MDJS a progressé de 4,25 % entre 2009 et 2010, Le CA prévisionnel pour l'année 2014 connaîtra une progression de l'ordre de 45 % par rapport à 2010.

L'agence de communication retenue devra tenir compte des objectifs de la MDJS en terme de revenus pour développer une stratégie et des actions à même de lui permettre de les réaliser.

Les paris sportifs, Chrono et les loteries instantanées constituant les 3 types de produits de la MDJS, des propositions spécifiques, tenant compte des meilleures pratiques dans le domaine et permettant d'augmenter les revenus de chacun des segments de produits devront être soumises par l'agence.

Stratégie Web

La MDJS procédera incessamment au lancement de son site de jeu en ligne, autorisé par les administrations compétentes en la matière. Cette nouvelle activité, fortement génératrice de revenus, devra faire l'objet d'une attention particulière de la part de l'agence de communication retenue. Une stratégie adaptée devra être développée, s'inspirant des pratiques internationales les plus réussies, tant sur le plan de la génération des revenus que sur celui de la responsabilité de l'entreprise en matière de respects des règles de protection des utilisateurs. Par ailleurs, l'utilisation des réseaux sociaux et de tous moyens de communication par le web, devra faire l'objet de propositions et d'actions ciblées, permettant de renforcer la notoriété de la MDJS et d'amplifier son image de contributeur majeur pour le développement du sport au Maroc.

Réseau de détaillants

Pour la commercialisation de ses produits, la MDJS s'appuie sur un réseau de détaillants actuellement au nombre de 1200 points de vente. Le développement quantitatif et qualitatif de l'activité ce réseau constitue une priorité pour la MDJS. Aussi, l'Agence de communication devra t'elle proposer une stratégie de communication spécifique, s'inspirant des expériences les plus réussies en matière de gestion de réseaux de distribution, permettant d'augmenter les revenus générés par chaque détaillant et d'améliorer la visibilité des produits MDJS sur les lieux de vente.

Partenariats

L'agence devra tenir compte de l'importance des relations à développer avec l'ensemble des organismes intervenant directement ou indirectement dans le domaine du sport, afin de proposer une stratégie et des formules de partenariat permettant de renforcer la position et le rôle de la MDJS dans le développement du sport. Organismes d'événements sportifs, médias sportifs, associations sportives, organismes publics ou privés intervenant dans le domaine sportif, devront être recensés et qualifiés selon les besoins de la MDJS. Les partenariats proposés devront être en phase avec les objectifs de la MDJS et être établies dans un esprit gagnant / gagnant.

Veille événementielle

L'agence retenue devra informer la MDJS de toutes les opportunités d'événements sportifs mais aussi culturels qui pourraient intéresser la MDJS, tant pour une action de sponsoring que pour un objectif de lancement d'une offre commerciale d'accompagnement lorsque l'événement est compatible avec l'une des offres de la MDJS. Une veille permanente devra permettre de livrer à la MDJS, sur une base

mensuelle, un planning des événements, leur description et le profil de leur organisateur ainsi qu'une recommandation de l'agence.

Rapport annuel

Pour les besoins de sa communication institutionnelle, la MDJS se doit de fournir un rapport annuel, décrivant l'ensemble des réalisations de l'année. L'agence de communication retenue sera chargée de produire ce rapport selon les meilleurs standards. Aussi, un relevé en continu des faits saillants, des résultats importants et des informations à intégrer dans le rapport, devra faire l'objet d'une compilation et d'un suivi régulier de la part de l'agence, en concertation avec les services communication de la MDJS.

Communication de crise

L'image de la MDJS constituant un enjeu fondamental, il est indispensable de disposer préventivement d'un arsenal opérationnel élaboré pour la gestion de toute situation pouvant l'affecter.

L'agence retenue devra élaborer un dispositif de gestion d'une communication de crise prévoyant une collecte efficace de l'information, des messages et argumentaires préparés, l'identification et le rôle des intervenants, le dispositif à mettre en place et la définition du rôle de chacun, les relais avec les autres acteurs, le déploiement d'une structure pérenne et réactive soutenue par une méthodologie et des outils de communication.

SPONSORING

L'agence se chargera de ce qui suit sur la base des études réalisées par la MDJS et sur demande de cette dernière :

- diagnostic de la situation actuelle en termes de sponsoring
- élaboration d'une stratégie de sponsoring
- développement de toutes actions de sponsoring sur demande de la MDJS
- participation à la conception et à la mise en place d'événements
- sélection d'événements existants et s'insérant dans la politique marketing de la MDJS.

Le soumissionnaire présentera une approche stratégique pour les trois prochaines années (institutionnelle et produits), intégrant l'ensemble des domaines cités ci haut, à la commission technique chargée de l'évaluation des offres (une note lui sera attribuée).

Spécifications des besoins

Prestation 1 : Conseil et Accompagnement Stratégique

CONSEIL COMMUNICATION

L'agence aura la charge d'accompagner et conseiller la MDJS dans la réalisation et le suivi de l'ensemble de ses plans de communication.

Prestation 2 : Production Publicitaire

CREATION

- Proposition des idées et concepts créatifs adaptés à tous les supports et médias publicitaires requis pour chaque campagne. Pour éviter tout dérapage budgétaire, toutes les propositions créatives soumises à l'appréciation du comité devront être évaluées et présentées.
- conception de projets de sponsoring ou d'événements

Délais de présentation des campagnes :

Campagne majeure incluant la TV : ne doit pas dépasser 20 jours ouvrables à partir de la date de réception du brief

Campagne mineure incluant affichage urbain/presse/radio: ne doit pas dépasser 5 jours ouvrables à partir de la date de réception du brief

Campagne urgente l'agence doit se mobiliser pour remettre des pistes dans les délais définis par la MDJS.

REALISATION

Dans le cadre de la réalisation des campagnes publicitaires, qu'elles soient majeures ou mineures, l'Agence devra assurer les prestations suivantes :

- exécution des campagnes presse et édition arrêtées d'un commun accord, jusqu'à la remise des films aux supports,
- consultation des fournisseurs pour les opérations urgentes, castings, prise de vues, et achat de photos,
- suivi de production des spots publicitaires et de post production : briefs production, suggestions pour choix de la maison de production et des réalisateurs, préconisations du matériel, choix du casting, suivi de post production, suivi de l'enregistrement des messages, et suivi de toute la chaîne de production jusqu'au prêt à diffuser,

- suivi de fabrication : choix des photographes, assister aux prises de vues, contrôler les sélections de couleurs, flashages, cromalins, tirages de films pour les insertions, suivi et contrôle des impressions.
- suivi et contrôle de réalisation des projets événementiels (suivi et contrôle de réalisations des actions hors média,

Délais de réalisation des campagnes :

Campagne majeure (incluant la TV) : l'agence dispose d'un délai compris entre 4 et 6 semaines entre la date de remise du brief et la date de démarrage (exception faite des situations d'urgence, pour lesquelles un planning spécifique sera arrêté d'un commun accord)

Campagne mineure : l'agence dispose d'un délai de 2 semaines entre l'envoi du brief et la date de démarrage de la campagne.

SUIVI DES ACTIONS

L'Agence devra contrôler, sur le plan général, la bonne exécution des campagnes et toutes les actions qui lui sont confiées par la MDJS, et sur demande de la société elle assurera le suivi de la reproduction du matériel publicitaire dans les supports en veillant sur le respect de la qualité et des délais de remise des documents d'exécution.

Prestation 3 : Conseil et achat d'espaces Media

CONSEIL STRATEGIQUE MEDIA

Le terme « média » désigne la télévision, la radio, la presse, l'affichage et l'Internet.

La structure média de l'Agence doit :

- sélectionner les médias les plus performants pour toute action médiatique de la MDJS,
- sélectionner les tranches horaires, les jours de passages, les écrans utiles et les intégrer dans un planning de diffusion par campagne,
- Assurer la consolidation des plans média en diffusion et mise à jour en continu,
- assurer la mise en œuvre des plans médias réalisés pour le compte de la MDJS pour l'ensemble des actions à médiatiser.
- évaluer l'impact des campagnes de Communication de la MDJS (pré et post évaluation).

- définir pour chaque campagne l'audience ciblée, les objectifs de couverture et de fréquence ainsi que l'environnement dans lequel se déroulera cette campagne.
- assurer le suivi des indicateurs de performance des campagnes,
- garantir la gestion des médias, entreprendre toutes les démarches nécessaires pour s'assurer de la diffusion des publicités

Et plus généralement,

- fournir les données sur les médias,
- fournir des données sur l'audience, le lectorat et/ou le public dans le but de planification et de contrôle,
- L'Agence aura la charge d'obtenir, auprès des supports, réparation du préjudice subi pour les défauts constatés dans la reproduction et la diffusion des messages
- L'agence aura à charge d'adresser un :
 - envoi journalier du monitoring média (TV)
 - envoi hebdomadaire de la pige TV, radio, presse
 - élaborer et soumettre à l'annonceur un rapport mensuel qui analyse des investissements média de la concurrence

ACHAT D'ESPACE

- Négocier et acheter l'espace dans les supports médias.
- Négocier les conditions globales (négociations annuelles et interventions ad hoc, si besoin existe) avec les régies des différents supports médias. Cela comportera les remises aussi bien que la fixation de l'espace et du temps publicitaires en relation avec les objectifs ;
- Optimiser les remises ;
- Négocier les meilleures conditions commerciales pour le compte de l'annonceur.
- Assurer un suivi minutieux de la facturation média : factures média, relevé de diffusion, pige média,,
- Défendre les intérêts de l'Annonceur auprès des médias

Partie 3 : REGLEMENT DE CONSULTATION

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : OBJET DU REGLEMENT DE CONSULTATION

ARTICLE 2 : REPARTITION EN LOTS

ARTICLE 3 : CONTENU DU DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

ARTICLE 4 : MODIFICATION DU CONTENU DU DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

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

article 6 : DEMANDE ET COMMUNICATION D' INFORMATIONS AUX CONCURRENTS

ARTICLE 7 : CONDITIONS REQUISES DES CONCURRENTS

ARTICLE 8 : Liste des pieces justifiant les capacités et qualités des concurrents

Article 9 : offre technique

ARTICLE 10 : Offre variante

article 11 : OFFRE financiere

ARTICLE 12 : PRESENTATION DES DOSSIERS DES OFFRES DES CONCURRENTS

ARTICLE 13 : DEPOT DES PLIS DES CONCURRENTS

ARTICLE 14 : DEPOT DES échantillons et/ou prospectus

ARTICLE 15 : RETRAIT DES PLIS

ARTICLE 16 : Ouverture et examen des offres et appréciation des capacités des soumissionnaires

ARTICLE 17 : CRITERES D'EVALUATION DES OFFRES TECHNIQUES

Article 18 : EXAMEN DES OFFRES FINANCIERES

ARTICLE 19 : DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

ARTICLE 20: MONNAIE DE FORMULATION DES OFFRES

ARTICLE 21: LANGUE D'ETABLISSEMENT DES PIECES ET DES OFFRES

ARTICLE 1 : OBJET DE L'APPEL D'OFFRES

Le présent appel d'offres n° 06/2011 lancé en application des dispositions du règlement fixant les conditions et les formes de passation des marchés de La Marocaine Des Jeux et des Sports ainsi que certaines dispositions relatives à leur contrôle et à leur gestion, a pour objet, le choix d'une agence conseil en communication, dans le cadre d'un marché pluriannuels s'étalant sur plusieurs exercices budgétaires, à condition que les dépenses qui en découlent demeurent dans la limite des prévisions inscrites au budget de la MDJS.

L'Agence sera chargée de conseiller, assister et accompagner la MDJS dans sa stratégie de communication et dans le déploiement de toutes ses actions de communication.

ARTICLE 2: REPARTITION EN LOTS

Le présent appel d'offres concerne un marché lancé en lot unique.

ARTICLE 3 : CONTENU DU DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

Le dossier d'appel d'offres doit comprendre:

- a. Copie de l'avis d'appel d'offres ou de la circulaire selon le cas;
- b. Un exemplaire du cahier des prescriptions spéciales;
- c. Le modèle de l'acte d'engagement;
- d. Le modèle du bordereau des prix et du détail estimatif (*lorsqu'il s'agit d'un marché à prix unitaire*) ;
- e. Le modèle de la décomposition du montant global par poste avec indication ou non des quantités forfaitaires (*lorsqu'il s'agit d'un marché à prix global*);
- f. Le modèle du cadre du sous détail des prix, le cas échéant;
- g. Le modèle de déclaration sur l'honneur;
- h. Le présent règlement de consultation;

ARTICLE 4: MODIFICATION DU CONTENU DU DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

Si des modifications sont introduites dans le dossier d'appel d'offres, elles seront communiquées à tous les concurrents ayant retiré ledit dossier et publié sur le portail des marchés de l'État.

Lorsque ces modifications nécessitent le report de la date d'ouverture des plis prévue pour la réunion de la commission d'appel d'offres, cette nouvelle séance doit intervenir par un avis modificatif dans un délai minimum de dix (10) jours à compter du lendemain de la date de la dernière publication de la modification sans que la date de ladite séance ne soit antérieure à celle initialement prévue.

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

Le dossier d'appel d'offres est mis à la disposition des concurrents dans le bureau de la MDJS sise à 33, Boulevard RACHIDI CASABLANCA, dès la parution de l'avis d'appel d'offres au portail des marchés de l'Etat ou au premier journal et jusqu'à la date limite de remise des offres.

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.marchespublics.gov.ma) et sur le site www.mdjs.ma

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 6 : DEMANDE ET COMMUNICATION D'INFORMATIONS 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 sise à 33, Boulevard RACHIDI CASABLANCA

Tout éclaircissement ou renseignement fourni par le maître d'ouvrage à un concurrent sera communiqué aux autres concurrents 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.

ARTICLE 7: CONDITIONS REQUISES DES CONCURRENTS

1- Seules peuvent participer au présent appel d'offres les personnes physiques ou morales qui :

- Justifient des capacités juridiques, techniques et financières requises.
- Sont en situation fiscale régulière, pour avoir souscrit leurs déclarations et réglé les sommes exigibles ou, à défaut de règlement, constitué des garanties suffisantes auprès du comptable chargé du recouvrement.
- Sont affiliées à la CNSS et souscrivent régulièrement leurs déclarations de salaires auprès de cet organisme.

2- ne sont pas admises à participer au présent appel d'offres les personnes physiques ou morales qui sont :

- En liquidation judiciaire.
- En redressement judiciaire, sauf autorisation spéciale délivrée par l'autorité judiciaire compétente.
- Ayant fait l'objet d'une exclusion temporaire ou définitive prononcée dans les conditions fixées par l'article 24 ou 85 du décret n° 2-06-388 du 05 février 2007 sur les marchés de l'Etat.

ARTICLE 8 : LISTE DES PIECES JUSTIFIANT LES CAPACITES ET QUALITES DES CONCURRENTS

Chaque concurrent doit présenter un dossier administratif et un dossier technique.

1. LE DOSSIER ADMINISTRATIF doit comprendre :

- a. La déclaration sur l'honneur comprenant les indications et les engagements précisés à l'article 23 du décret n° 2-06-388 du 5 février 2007 relatif aux marchés de l'Etat.
- b. La ou les pièces justifiant les pouvoirs conférés à la personne agissant au nom du concurrent conformément à l'alinéa 2 du paragraphe A de l'article 23 du Décret n° 2-06-388 précité.
- c. L'attestation ou copie certifiée conforme délivrée depuis moins d'un an par l'administration compétente du lieu d'imposition certifiant que le concurrent est en situation fiscale régulière. Cette attestation doit mentionner l'activité au titre de laquelle le concurrent est imposé.
- d. L'attestation ou copie certifiée conforme délivrée depuis moins d'un an par la CNSS certifiant que le concurrent est en situation régulière envers cet organisme.
- e. Le 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 les modalités décrites au 5^{ème} paragraphe du C de l'article 83 du décret n° 2-06-388 du 05 Février 2007.
- f. Le certificat d'immatriculation au registre de commerce.

En cas de groupement joindre au dossier administratif une copie légalisée de la convention de la constitution du groupement accompagnée d'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, conformément à l'article 83 du décret n° 2-06-388 précité.

Les organismes publics doivent fournir les attestations visées aux paragraphes **c**, **d** et **e** et le texte les habilitant à livrer les équipements objet du marché.

Les concurrents non installés au Maroc doivent fournir l'équivalent des attestations visées aux paragraphes **c, d et f** ci-dessus délivrées par les administrations ou les organismes compétents de leurs pays d'origine ou de provenance, et à défaut, une déclaration faite devant une autorité judiciaire ou administrative, un notaire ou un organisme professionnel qualifié lorsque de tels documents ne sont pas délivrés par leur pays d'origine ou de provenance.

2. LE DOSSIER TECHNIQUE doit comprendre:

- a. Une note indiquant les moyens humains et techniques du concurrent, le lieu, la date, la nature et l'importance des missions similaires qu'il a réalisées ou auxquelles il a participé.
- b. Les attestations délivrées par les acheteurs publics ou privés avec indication de la nature, le montant, les délais et les dates de réalisation desdites missions, l'appréciation, le nom et la qualité du signataire.

3. LE DOSSIER ADDITIF doit comprendre:

- a) La liste du personnel ainsi que leurs CV détaillés que le fournisseur s'engage à affecter à la présente mission.
- b) une attestation du chiffre d'affaires réalisé durant les trois dernières années ou depuis la création, délivrée par les services de la direction générale des impôts.

ARTICLE 9 : OFFRE TECHNIQUE

Les concurrents doivent présenter une offre technique faisant ressortir leur capacité à conseiller, assister et accompagner la MDJS dans sa stratégie de communication et dans le déploiement de toutes ses actions de communication. A cet effet, ils doivent fournir les documents suivants :

1. Liste de l'équipe à affecter :

Le candidat doit préciser l'équipe qui sera affectée au projet.

Cette équipe sera évaluée en fonction de la qualification de ses membres et particulièrement de leurs expériences dans le domaine du marketing sportif.

Le candidat doit joindre les CV des membres de l'équipe d'encadrement susvisés dûment signés par le chef de l'entreprise et par les intéressés.

2. La démarche proposée :

La démarche doit être suffisamment détaillée pour informer le maître d'ouvrage des dispositions que compte prendre le fournisseur pour réaliser la mission dans les délais prescrits.

Ledit programme doit être signé par la personne habilitée représentant le concurrent.

Article 10 : OFFRE FINANCIERE

Chaque concurrent doit présenter une offre financière comprenant :

- L'acte d'engagement ;
- Le bordereau des prix et détail estimatif ;
- Le sous détail des prix, le cas échéant ;
- La décomposition du montant global, le cas échéant

Le montant de l'acte d'engagement ainsi que les prix unitaires du bordereau des prix et du détail estimatif doivent être indiqués en chiffres et en lettres.

En cas de discordance entre le montant en chiffres et celui en lettres c'est le montant indiqué en lettres qui fait foi.

Cette offre doit comprendre le bordereau des prix, disponible en Annexe, formant le détail estimatif de chacun des éléments de la prestation :

a) Conseil stratégique et accompagnement marketing sportif : Le prix de cette prestation doit être présenté sous forme d'un forfait mensuel. Voir tableau annexe, section Conseil/accompagnement

b) Conception/Rédaction :

Voir tableau annexe, section Conception/Rédaction.

c) Conseil Média et achat d'espace publicitaire :

- Les rémunérations de l'élaboration du média planning et celle du suivi et contrôle doivent être exprimées sous forme de forfaits.
- La rémunération de l'agence pour achat d'espace publicitaire doit être exprimée en pourcentages par paliers du budget consacré à l'achat d'espace.

Voir tableau annexe, section Conseil Média et achat d'espace publicitaire.

d) Frais techniques : doivent être exprimés en pourcentage du montant global des frais techniques engagés pour chaque opération. Voir tableau annexe, section Frais techniques.

e) Evènementiel : Déploiement du Kit Mdjs

Voir tableau annexe, section Evènementiel : Déploiement du Kit Mdjs.

ARTICLE 11 : PRESENTATION DES DOSSIERS DES OFFRES DES CONCURRENTS

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

- Le nom et l'adresse du concurrent ;
- Le numéro de l'avis d'appel d'offres ;
- L'objet du marché et l'indication du lot concerné, le cas échéant ;
- La date et l'heure de la séance publique d'ouverture des plis ;
- L'avertissement que « les plis ne doivent être ouverts que par le Président de la commission d'appel d'offre lors de la séance d'examen des offres ».

Ce pli contient trois enveloppes comprenant :

- a. **La première enveloppe**: outre le CPS signé et paraphé, le dossier administratif, le dossier technique et le dossier additif le cas échéant. Cette enveloppe doit être cachetée et porter de façon apparente, outre les indications portées sur le pli, la mention « dossiers administratif et technique ».
- b. **La deuxième enveloppe**: l'offre financière du soumissionnaire. Cette enveloppe doit être cachetée et porte de façon apparente, outre les indications portées sur le pli, la mention « offre financière ».

- c. **la troisième enveloppe** : contient l'offre technique du soumissionnaire. Elle doit être cachetée et porter de façon apparente, outre les indications portées sur le pli, la mention «offre technique».

ARTICLE 12 : DEPOT DES PLIS DES CONCURRENTS

Les plis sont au choix des concurrents, soit :

- déposés contre récépissé dans le bureau du maître d'ouvrage indiqué dans l'avis d'appel d'offres,
- envoyés par courrier recommandé avec accusé de réception au bureau précité.
- 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 heure fixées 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.

A leur réception, les plis sont enregistrés par le maître d'ouvrage dans leur ordre d'arrivée sur un registre spécial. Le numéro d'enregistrement ainsi que la date et l'heure d'arrivée sont portés sur le pli remis.

ARTICLE 13 : RETRAIT DES PLIS

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. La date et l'heure du retrait sont enregistrées par le maître d'ouvrage dans le registre spécial tenu à cet effet.

Les concurrents ayant retiré leurs plis peuvent présenter de nouveaux plis dans les mêmes conditions fixées à l'article 30 du décret n° 2-06-388 sur les marchés de l'Etat.

ARTICLE 14: OUVERTURE ET EXAMEN DES OFFRES ET APPRECIATION DES CAPACITES DES SOUMISSIONNAIRES

L'ouverture et l'examen des offres et l'appréciation des capacités des soumissionnaires s'effectuent conformément aux dispositions prévues aux articles 35, 36, 37 et 38 du décret n° 2.06.388.

ARTICLE 15 : CRITERES D'EVALUATION DES OFFRES TECHNIQUES

L'examen des offres techniques concerne les seuls candidats admis à l'issue de l'examen des dossiers administratif et technique, et ce conformément à l'article 15 ci-dessus.

La commission procède, à huis clos, à l'évaluation des offres techniques sur la base des critères ci-après :

- L'expérience de l'Agence dans le domaine du marketing sportif
- Les qualifications et la compétence du personnel dont les services seront proposés pour réaliser ces missions
- La réflexion stratégique proposée par le concurrent pour répondre aux besoins de la commande et plan de travail

Les candidats seront tenus de présenter leur offre devant une commission technique pour évaluation.

Ces critères seront notés suivant la grille suivante :

| Critères d'appréciation | Indicateurs de mesure | Note d'évaluation/100 | Formulaires fournis à l'appui de ces qualifications |
|---|---|---|---|
| Expérience du soumissionnaire /30 | Prestations similaires (marketing sportif) | - pas de référence similaire = 0/30 - 6 points par référence avec maximum 30 points. | Attestation de référence |
| Equipe d'encadrement/30 | Expérience de chaque membre de l'équipe proposée. | - pas d'expérience = 0/30 - une année d'expérience = 10/30 - Deux années d'expérience = 15/30 - Trois années d'expérience = 20/30 - Quatre années d'expérience = 25/30 - Cinq années et plus = 30/30 NB : La note globale de ce critère sera calculée à travers la moyenne des notes attribuées aux membres de l'équipe proposée | CV des intervenants |
| Qualité du plan de travail et des méthodes proposées proposées/40 | Méthodologie et plan de travail proposés | Méthodologie/20 : - très bonne cohérente : 20/20 - Assez bonne : 15/20 - moyenne : 10/20 - très moyenne : 5/20 - médiocre : 0/20 Plan de travail/20 : - très bon et adéquat : 20/20 - Assez bon : 15/20 - moyen : 10/20 - très moyen : 5/20 - médiocre : 0/20 | Note méthodologique + plan de travail proposé |
| Total (note NT) = | | 100/100. | |

Les concurrents ayant la note NT inférieure à 70 sur cent sont éliminés.

ARTICLE 16 : EXAMEN DES OFFRES FINANCIERES

L'examen des offres financières concerne les seuls candidats ayant obtenu des notes supérieures ou égales à la note éliminatoire attribuée à l'issue de l'examen de leur offre technique prévu à l'article 15 ci-dessus.

Les offres financières des concurrents sont évaluées et une note financière (NF) sera attribuée à chaque offre en fonction de la formule ci-après :

Une note NF sur 100 points sera attribuée à l'offre financière. Elle est calculée comme suit :

$$NF=100 \times (MD/MI)$$

NF : Note financière attribuée à l'offre considérée;

MI : Montant de l'offre considérée ;

MD : Montant de l'offre la moins-disante

- Note technico-financière

La note technico-financière (**NTF**) de chaque concurrent sera calculée en faisant la somme de la note technique (**NT**) et de la note financière (**NF**) pondérées respectivement selon les coefficients de 30 % pour l'offre financière et de 70 % pour l'offre technique.

NOTE technico-financière (NTF) = 70 % * Note technique (NT) + 30 % * Note financière (NF)

Le soumissionnaire ayant obtenu la note technico-financière (**NTF**) la plus élevée sera déclaré attributaire du marché. Cette offre est considérée comme l'offre économiquement la plus avantageuse.

ARTICLE 17: DELAI DE VALIDITE DES OFFRES

Les soumissionnaires restent engagés par leurs offres pendant un délai de soixante (60) jours à compter de la date d'ouverture des plis.

Si dans ce délai le choix de l'attributaire n'est pas arrêté, le maître d'ouvrage pourra demander aux soumissionnaires par lettre recommandée avec accusé de réception de prolonger la validité de leurs offres. Seuls les soumissionnaires qui auront donné leur accord par lettre recommandée avec accusé de réception adressée au maître d'ouvrage resteront engagés pendant le nouveau délai.

ARTICLE 18 : MONNAIE DE FORMULATION DES OFFRES

Le dirham est la monnaie dans la quelle 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 évaluées et comparées, les montants 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.

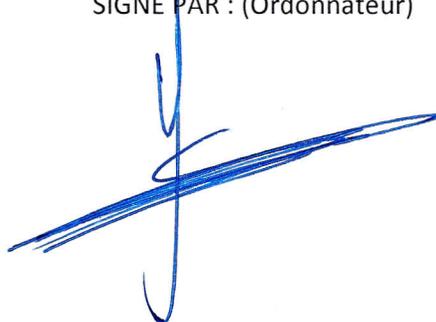
ARTICLE 19 : LANGUE D'ETABLISSEMENT DES PIECES DES OFFRES

Les pièces des offres présentées par les concurrents doivent être établies en langues arabe ou française.

Fait àle

SIGNE PAR : (Ordonnateur)

mg



Bordereaux des prix et détails estimatifs

a. Conseil/Accompagnement :

| Prestation | Forfait Mensuel |
|-------------------------|-----------------|
| Conseil /accompagnement | / mois |

b. Conception/Rédaction :

| Prestations | Quantité | PU |
|---|---|-------------|
| Identité visuelle | | |
| Conception Logo | 1 | |
| Charte graphique | 1 | |
| Déclinaison et exécution sur tous les documents | 1 | |
| Dépliants/bulletins | | |
| Conception dépliant 2 volets | 1 | |
| Conception dépliant 3 volets 10 X 21 | 1 | |
| Conception dépliant 4 volets (21 X 29,7 cm) | 1 | |
| Conception dépliant 4 volets (10 X 21 cm) VF/VA | 1 | |
| Exécution dépliant 2 volets | 1 | |
| Exécution dépliant 3 volets | 1 | |
| Exécution dépliant 4 volets | 1 | |
| Exécution dépliant 4 volets (10 X 21 cm) VF/VA | 1 | |
| Impression dépliant 2 volets sur papier couché mat 250g - Finition : rainage | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |
| Impression dépliant 3 volets 10x21 sur papier couché mat 250g- Finition : rainage | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |
| Impression dépliant 3 volets 21x29,7 sur papier couché mat 250g- Finition : rainage | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |
| Impression dépliant 4 volets 10x21 VF/VA sur papier couché mat 250g- Finition : rainage | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |
| Flyers | | |
| Conception et réalisation Flyer 10 x 21 VF(R/V) | 1 | |
| Conception et réalisation Flyer 10*21 (R/V) VF/VA | | |
| Conception et réalisation Flyer 2 volets (10 X 21 cm) VF/VA | 1 | |
| Conception et réalisation Flyer 3 volets (10 X 21 cm) VF/VA | 1 | |
| Conception et réalisation Flyer format A5 | 1 | |
| Exécution Flyer 10 x 21 VF (R/V) | 1 | |
| Exécution Flyer 10*21 (R/V) VF/VA | | |
| Exécution Flyer 2 volets | 1 | |
| Exécution Flyer 3 volets | 1 | |
| Exécution Flyer format A5 | 1 | |
| | - | |
| Impression Flyer R/V sur papier couché mat 170g | - Moins de 5000 | A |

| | | |
|--|--|------------------|
| | - 5000 à 10 000 - 100 000 - 200 000 | B C D |
| Impression Flyer 2 volets 10x21 VF/VA sur papier couché mat 170g | - Moins de 5000 - 5000 à 10 000 - 100 000 - 200 000 | A B C D |
| Impression Flyer 3 volets 10x21 VF/VA sur papier couché mat 170g | - Moins de 5000 - 5000 à 10 000 - 100 000 - 200 000 | A B C D |
| Impression Flyer format A5 sur papier couché mat 170g | - Moins de 5000 - 5000 à 10 000 - 100 000 - 200 000 | A B C D |
| Affiches | | |
| Conception et réalisation Affiche format A4 | 1 | |
| Conception et réalisation Affiche Format A3 | 1 | |
| Conception et réalisation affiche 40 X 60 cm VA/VF | 1 | |
| Conception et réalisation affiche 50 X 60 cm VA/VF | 1 | |
| Conception et réalisation affiche 1 X 1,20 m VA/VF | 1 | |
| Conception et réalisation affiche 4X3m VF | 1 | |
| Conception et réalisation affiche 4X3m VF/VA | 1 | |
| Declinaison en affiche | | |
| Conception affichage géant type unipole/façade murale | 1 | |
| Exécution Affiche format A4 | 1 | |
| Exécution Affiche format A3 | 1 | |
| Exécution affiche 40 X 60 cm VA/VF | 1 | |
| Exécution affiche 50 X 60 cm VA/VF | 1 | |
| Exécution affiche 1 X 1,20 m VA/VF | 1 | |
| Exécution affiche 4 X 3 m VF | 1 | |
| Exécution affiche 4 X 3 m VF/VA | 1 | |
| Exécution affichage géant type unipole/façade murale | 1 | |
| Impression Affiche format A4 115 gr couché mat quadri | - | |
| Impression Affiche Format A3 papier couché mat 170 gr quadri Recto | - | |
| Impression Affiche Format A3 papier couché mat 115 gr quadri recto | - | |
| Impression affiche 40x60 cm VA/VF sur papier couché mat 170g- quadri Recto | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |
| Impression affiche 50x60 cm VA/VF sur papier couché mat 115g- quadri Recto | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |
| Impression affiche 1x1,20m VA/VF sur papier couché mat 300g- quadri Recto | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 | A B C |

| Prestations | Quantité | PU |
|--|---|------------------|
| Brochures | | |
| Conception brochure 4 pages | 1 | |
| Conception brochure 8 pages | 1 | |
| Conception brochure 12 pages | 1 | |
| Conception brochure 16 pages | 1 | |
| Conception rapport annuel 20 pages intérieures et couverture | 1 | |
| Exécution brochure 4 pages | 1 | |
| Exécution brochure 8 pages | 1 | |
| Exécution brochure 12 pages | 1 | |
| Exécution brochure 16 pages | 1 | |
| Exécution rapport annuel 20 pages intérieures et couverture | 1 | |
| Impression brochure 4 pages Format A5 ouvert Couverture 300gr pelliculage mat Pages intérieures 170gr Couché mat piqué à cheval | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 - 10 000 | A B C D |
| Impression brochure 8 pages Format A5 ouvert Couverture 300gr pelliculage mat Pages intérieures 170gr Couché mat piqué à cheval | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 - 10 000 | A B C D |
| Impression brochure 12 pages Format A3 ouvert Couverture : Impression sur papier couché mat 350g + pelliculage mat – Finition : rainage Pages intérieures : Impression sur papier couché mat 130g – Finition : rainage | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 - 10 000 | A B C D |
| Impression brochure 16 pages Format A3 ouvert Couverture : Impression sur papier couché mat 350g + pelliculage mat – Finition : rainage Pages intérieures : Impression sur papier couché mat 170g – Finition : rainage | - Moins de 1000 - 1000 à 3000 - 3000 à 5000 - 10 000 | A B C D |
| Impression rapport annuel 20 pages Format A3 ouvert Couverture : Impression sur papier couché mat 350g + pelliculage mat – Finition : rainage Pages intérieures : Impression sur papier couché mat 170g – Finition : reliure spirale | - Moins de 500 - 500 à 1000 - 1000 à 3000 | A B C |
| Stand | | |
| Conception et habillage | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Banderoles | | |

| | | |
|--|---------------------------------------|-------------|
| Conception | 1 | |
| Exécution : 4x1m | 1 | |
| Impression sur bâche 4x1m | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |
| Totem | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression sur papier avec plastification 80cm X 1,60m | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |
| Roll up/PLV/caisson lumineux | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression sur papier avec plastification 85cmx2m | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |

| Prestations | Quantité | PU |
|---|---------------------------------------|-------------|
| Unipole | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression sur bâche 15x4m | - Moins de 3 - 3 à 5 - > 5 | A B C |
| Arche gonflable | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression sur bâche avec scratch | 1 | |
| Kakémonos | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution :60 X 1,80 | 1 | |
| Impression 60cmx1,80m sur bâche avec ourlet | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |
| Panneaux type stade | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |
| Winflag | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution :90 X 3,50 | 1 | |
| Impression 90cmx3,50m sur flag | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |
| Habillage voiture | | |
| Conception | 1 | |
| Adaptation | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression sur vinyle | - Moins de 5 - 5 à 10 - 10 à 20 | A B C |
| Habillage latéral autocar | | |
| Conception | 1 | |
| Adaptation | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression sur vinyle | 1 2 3 | A B C |
| Impression one way | 1 2 3 | A B C |
| Trophées (cristal) | | |
| Conception | 1 | |
| Gravure | 1 | |

| Prestations | Quantité | PU |
|--|---|--|
| Annonces presse | | |
| Conception et réalisation d'une annonce presse format 11x15 cm (format quart de page) | 1 | |
| Conception et réalisation d'une annonce presse format 22x15 cm (format demi-page) | 1 | |
| Conception et réalisation d'une annonce presse format 22x29 cm (format pleine page) | 1 | |
| Conception et réalisation d'une annonce presse format 44x29 cm (format double page) | 1 | |
| Adaptation | 1 | |
| Déclinaison en affiche | 1 | |
| Exécution format 11x15 cm | 1 | |
| Exécution format 22x15 cm | 1 | |
| Exécution format 22x29 cm | 1 | |
| Exécution format 44x29 cm | 1 | |
| Sacs | | |
| Conception | 1 | |
| Exécution | 1 | |
| Impression 40*35*12 cm Format Fini : 40*52 Couché Mat 170 g Impression Recto Quadri Vernis Sélectif Brillant R° Pelliculage Mat R° sur carte une face 235 gr Découpage Rainage Pose d'un cordon Soufflet fond du sac 12 cm | <ul style="list-style-type: none"> - 100 - 500 - 1000 | <ul style="list-style-type: none"> A B C |
| Impression 33 *35*12 cm Format Fini : 40*52 Couché Mat 170 g Impression Recto Quadri Vernis Selectif Brillant R° Pelliculage Mat R° sur carte une face 235 gr Decoupage Rainage Pose d'un cordon Soufflet fond du sac 12 cm | <ul style="list-style-type: none"> - 100 - 500 - 1000 | <ul style="list-style-type: none"> A B C |
| Autres | | |
| Conception carton d'invitation 10x20cm | 1 | |
| Exécution carton d'invitation 10x20cm | 1 | |
| Impression carton d'invitation 10x20 cm sur papier couché mat 350g + pelliculage mat | <ul style="list-style-type: none"> - 50 - 50 à 100 - 100 à 500 - > 500 | <ul style="list-style-type: none"> A B C D |

| | | |
|---|--|------------------|
| Conception pochette de CD 30x19 cm | 1 | |
| Exécution pochette de CD 30x19cm | 1 | |
| Impression pochette de CD 30x19cm sur papier couché mat 350g + pelliculage mat | - 50 - 50 à 100 - 100 à 500 - > 500 | A B C D |
| Forme découpe | | |
| Stickers CD format 12x12 cm – Impression sur vinyle | | |
| Conception carte visite 8,5x5,5 cm | 1 | |
| Exécution carte de visite 8,5x5,5cm | 1 | |
| Format Fini : 8,5 * 5,5 cm, Papier couché mat 300gr, Impression Quadri Recto/verso, Pelliculage Mat Recto Verso, + vernis sélectif brillant R°, | - 500 - 1000 - 2000 - > 2000 | A B C D |
| Conception enveloppes papier format A4 | 1 | |
| Exécution enveloppes papier format A4 | 1 | |
| Impression enveloppe papier A4 | - 500 - 1000 - 2000 - > 2000 | A B C D |
| Conception chemise A4 avec rabat | 1 | |
| Exécution chemise A4 avec rabat | 1 | |
| Impression chemise A4 Format A3 ouvert/A4 fermé avec rabat sur papier couché mat 350g + pelliculage mat | - 500 - 1000 - 2000 - > 2000 | A B C D |
| Forme découpe | | |
| Finition : rainage | | |
| Conception papier en tête | 1 | |
| Exécution papier en tête | 1 | |
| Impression papier en tête 100g | - 500 - 1000 - 2000 - > 2000 | A B C D |
| Conception badges | 1 | |
| Exécution badges | 1 | |
| Impression badges 9x5cm | - 50 - 50 à 100 - 100 à 500 - > 500 | A B C D |
| Télévision | | |
| Synopsis Spot TV (conception) | 1 | |
| Conception Tag ou billboard (enregistrement voix off, calage, mixage, bruitage...) | 1 | |
| Radio | | |
| Conception et rédaction (une version) | 1 | |
| Conception et rédaction (deux version) | 1 | |
| Déclinaison | 1 | |
| Voix supplémentaire | 1 | |
| Recherche musicale | 1 | |

| | | |
|---|---|--|
| Enregistrement d'un message en une version + une voix + régie + auditorium + calage et mixage + un DAT | 1 | |
| Web | | |
| Conception Bannière publicitaire 300x300 pixels | 1 | |
| Conception newsletter/Emailing | 1 | |
| Exécution newsletter/Emailing | 1 | |
| Adaptations | | |
| Unipole | 1 | |
| Affiche 3 x 4 | 1 | |

c. Conseil Média et achat d'espace publicitaire

| Prestations | Pourcentage en commission d'agence * |
|--|--------------------------------------|
| Média Planning * | |
| Budget inférieur à 3 000 000 Dh | % |
| Budget entre 3 100 000 et 5 000 000 Dh | % |
| Budget entre 5 100 000 et 8 000 000 Dh | % |
| Budget entre 8 100 000 et 10 000 000 Dh | % |
| Budget supérieur à 10 000 000 Dh | % |
| Suivi et contrôle des plans média * | |
| Budget inférieur à 3 000 000 Dh | % |
| Budget entre 3 000 000 et 5 000 000 Dh | % |
| Budget entre 5 100 000 et 8 000 000 Dh | % |
| Budget entre 8 100 000 et 10 000 000 Dh | % |
| Budget supérieur à 10 000 000 Dh | % |
| Achat d'espace publicitaire * | |
| Budget inférieur à 3 000 000 Dh | % |
| Budget entre 3 100 000 et 5 000 000 Dh | % |
| Budget entre 5 100 000 et 8 000 000 Dh | % |
| Budget entre 8 100 000 et 10 000 000 Dh | % |
| Budget supérieur à 10 000 000 Dh | % |
| Sponsoring programme TV/Radio/Presse/Internet | |
| Budget entre 100 000 et 500 000 Dh | % budget sponsoring |
| Budget entre 500 000 et 1 000 000 Dh | % budget sponsoring |
| Budget entre 1 000 000 et 3 000 000 Dh | % budget sponsoring |
| Budget entre 3 000 000 et 6 000 000 Dh | % budget sponsoring |
| Budget entre 6 000 000 et 10 000 000 Dh | % budget sponsoring |

d. Frais techniques

| FRAIS TECHNIQUES | | |
|-------------------------------------|---|--|
| Achat Visuel Droits non protégés | 1 | |
| Prise de Vue ou Shooting (objet) | 1 | |
| Cachet Boite de Casting | 1 | |
| Cachet Casting | 1 | |
| Stylisme | 1 | |
| Maquillage | 1 | |
| Location Studio + photographe | 1 | |
| Frais Techniques (labo, tirages..) | 1 | |
| Films et Cromalins | | |

| | | |
|---|---|--|
| 1 jeu de films quadri au format A5 | 1 | |
| 1 jeu de films quadri au format 18*25 cm | 1 | |
| 1 jeu de film quadri au format A4 | 1 | |
| 1 jeu de film quadri au format A3 | 1 | |
| 1 jeu de film quadri au format 40*60cm | 1 | |
| 1 jeu de film quadri au format 50*70cm | 1 | |
| 1 Cromalin au format A5 | 1 | |
| 1 cromalin au format A4 | 1 | |
| 1 cromalin au format A3 | 1 | |
| Traduction en toute langue | | |
| Traduction d'une page de texte au format A4 | 1 | |

| Prestations | Montant |
|-------------------------------------|-----------------|
| Impression numérique sur bache 480g | /m ² |

NB : Les prix sont exprimés en Dirhams marocains, Hors taxes.

La Liste n'est pas exhaustive, d'autres travaux peuvent être développés sous présentation de devis.

MARCHE N°...../...../.....

OBJET :.....
.....
.....

POUR UN MONTANT DE (*en chiffres et en lettres*) :.....
.....

PRESENTE PAR :

A....., LE :...../...../.....

LU ET ACCEPTE PAR :
(Le fournisseur)

LE MAITRE D'OUVRAGE :

A....., LE :...../...../.....

A....., LE :...../...../.....

WISE par :

APPROUVE PAR :

A....., LE :...../...../.....

A....., LE :...../...../.....

ANNEXE 1 : ACTE D'ENGAGEMENT

A - Partie réservée à l'Administration

Appel d'offres ouvert sur offres des prix n° 06/ 2011.

Date d'ouverture des plis du 15/09/11 à 10 Heures.

Objet du marché : choix d'une agence conseil en communication chargée de conseiller, assister et accompagner la MDJS dans sa stratégie de communication

Passé en application de l'alinéa 2, § 2 de l'article 19 et l'alinéa3, § 3 de l'article 20 du règlement relatif aux conditions et formes de passation des marchés de la Marocaine des Jeux et des Sports ainsi que certaines dispositions relatives à leur contrôle et à leur gestion.

B – Partie réservée au candidat

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 n° :.....(2)

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

N° de patente(2)

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 sociale de la société.....

Adresse du domicile élu

Affilié à la CNSS sous le n° :.....(2)

Inscrite au registre du commerce(localité) sous le n°(2)

N° de patente(2)

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 et un détail estimatif ou la décomposition du montant global) établi (s) conformément aux modèles figurant au dossier d'appel d'offres ;

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

- Montant hors TVA : (en lettres et en chiffres)

- Montant de la TVA (taux en %).....(en lettres et en chiffres)

- Montant TVA comprise.....(en lettres et en chiffre)

L'organisme se libérera des sommes dues par lui en faisant donner crédit au compte(à la trésorerie général, bancaire, ou postal) ouvert à mon nom (ou au nom de la société) à(localité), sous le numéro.....

Fait àle

(Signature et cachet du candidat)

(1) lorsqu'il s'agit d'un groupement, ses membres doivent :

- a) mettre " Nous soussigné nous obligeons conjointement – solidairement (choisir la mention adéquate et ajouter au reste de l'acte d'engagement les rectifications grammaticales correspondantes) ;
- b) ajouter l'alinéa suivant " désignons.....(prénoms, noms et qualité) en tant que mandataire du programme "

(2) ces mentions ne concernent pas les administrations publiques, les personnes morales de droit public autre que l'état et les candidats non installés au Maroc.

(3) En cas d'appels d'offres au rabais, cet alinéa doit être remplacé par ce qui suit :

« M'engage à exécuter les dites prestations conformément au cahier des prescriptions spéciales, moyennant un rabais (ou une majoration) de(.....) (en lettres et en chiffres), sur le bordereau des prix-détail estimatif ».

(4) En cas de concours, les alinéa a) et b) doivent être remplacé par ce qui suit :

« M'engage, si le projet, présenté par.....(moi ou notre société) pour l'exécution des prestations précisées en objet du A ci-dessus et joint au présent acte d'engagement , est choisi par la maître d'ouvrage, à ,exécuter les dites prestations conformément aux conditions des pièces produites par(moi ou notre société) , en exécution du programme du concours et moyennant les prix établis par moi-même dans le bordereau des prix-détail estimatif – ou décomposition du montant global) que j'ai dressé, après avoir apprécié à mon point de vue et sous ma responsabilité la nature et la difficulté des prestations à exécuter , dont j'ai arrêté :

- Montant hors TVA : (en lettres et en chiffres)
- montant de la TVA (taux en %).....(en lettres et en chiffres)
- montant TVA comprise.....(en lettres et en chiffres)

« Je m'engage à terminer les prestations dans un délai de

« Je m'engage, si l'une des primes prévues dans le programme du concours est attribué à mon projet, à me conformer aux stipulations du dit programme relatives aux droits que se réserve la maître d'ouvrage sur les projets primés (cet alinéa est à supprimer si le maître d'ouvrage ne se réserve aucun droit sur les projets primés) ».

ANNEXE 2 : MODELE DE DECLARATION SUR L'HONNEUR

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 sociale de la société.....
Adresse du domicile élu
Affilié à la CNSS sous le n° :.....(1)
Inscrite au registre du commerce(localité) sous le n°(1)
N° de patente(1)
N° de compte bancaireBanque.....Agence.....

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 25 du règlement relatif aux conditions et formes de passation des marchés pour la Marocaine des Jeux et des Sports ;
- 3- M'engager, si j'envisage de recourir à la sous-traitance, que celle-ci ne peut porter sur la totalité du marché ; et m'assurer que les sous-traitants remplissent également les conditions prévues par l'article 25.

Je certifie l'exactitude des renseignements contenus dans la présente déclaration sur l'honneur.

Je reconnais avoir pris connaissance des sanctions prévues par l'article 27 du règlement précité, relatives à l'inexactitude de la déclaration sur l'honneur.

Fait àle
Signature et cachet du candidat (2)

(1) : Ces mentions ne concernent pas les candidats non installés au Maroc

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