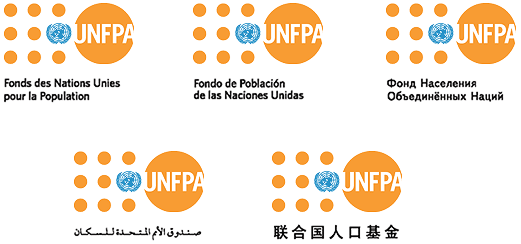


**Termes de Références pour le recrutement d’une agence de communication en vue d’accompagner le ministère dans l’organisation de la 20ème campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes Sous le thème de « la violence numérique ».**

****Avec l’appui du FNUAP

**ARTICLE 1- OBJET DU CONTRAT**

Le présent contrat porte sur l’accompagnement du Ministère lors de la 20ème campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes qui sera **lancée le 25 novembre 2022**, Sous le thème de « **la violence numérique** ».

La désignation détaillée des prestations demandées figure à l’article 2 et à l’article 13 (bordereau des prix détail-estimatif) du présent contrat.

**ARTICLE 2 : DESCRIPTION DES PRESTATIONS**

Les prestations commandées par l’Administration, dont la désignation figure ci-dessous, doivent répondre aux critères de professionnalisme dans le domaine de la production de films publicitaires en termes de qualité des équipements techniques et des ingénieurs et techniciens mobilisés pour leur réalisation selon les spécifications précisées au présent article du contrat.

***Prix 1 : Etablir*** ***une recommandation stratégique*** ***de la 20ème campagne nationale***

L’agence est appelée à établir une recommandation stratégique avec problématique et objectifs de communication selon la thématique retenue par le MSISF

L'agence doit tenir compte dans sa proposition des éléments suivants :

* Les dates des journées et occasions nationales et internationales liées à la protection des droits des femmes et à la lutte contre les violences basées sur le genre ;
* Proposer des méthodes de sensibilisation créatives
* Suggérer des partenaires potentiels avec lesquels coopérer et les rôles qu'ils peuvent jouer dans cette campagne annuelle ;
* Cibler tous les segments de la société et les mobiliser aux activités de la campagne.

***Prix 2 : Conception et livraison d’une charte graphique de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes avec sa signature***

Pour ancrer la lutte contre la violence à l’égard des femmes dans l’esprit du public cible, il est demandé au prestataire de proposer des pistes créatives (**au moins trois**) pour décliner l’identité visuelle de la campagne et sa signature.

Les propositions créatives doivent prendre en considération l’atteinte des objectifs :

* De notoriété c.-à-d. une identité visuelle qui permet la reconnaissance ;
* D’image véhiculée à travers son design et sa cohérence ;
* De fédération autour des valeurs universelles de lutte contre la violence à l’égard des femmes ;
* De cohérence en termes de facilité de mémorisation et par la constance du logotype dans ses diverses utilisations et applications, appropriées aux différents supports de communication ;
* De positionnement de la campagne de lutte contre la violence à l’égard des femmes par rapport à d’autres campagnes ;
* De pérennité au-delà de l’évolution des structures qui portent la lutte contre la violence à l’égard des femmes

Le prestataire est tenu de proposer les trois variantes en différentes versions. Ces différentes versions sont mises en situation : affiches, spot TV, publicité par l’objet couverture de brochure, site intra/internet, annonce presse, signalétique.

Le choix définitif avec les variantes examinées seront livrées sous format électronique avec les codes sources avec indication précise du logiciel ayant servis à la conception.

Ainsi, le prestataire doit décliner la piste créative retenue en banderoles, roll-up, photo call et affiche avec les fichiers sources pour intervention éventuelle des équipes du Ministère ainsi que les fichiers adaptés aux besoins d’impression.

***Prix 3 : Production d’un (1) spot publicitaire de 40 à 59 secondes de sensibilisation sur la question de la violence à l’égard des femmes***

La conception et l’idée créative du spot publicitaire selon la thématique retenue (la violence numérique) doit être originale et inédite. De ce fait, le prestataire devra mobiliser les ressources professionnelles nécessaires en conception rédaction et veiller à l’utilisation de matériel technique adapté durant tout le processus de création, de production et de post production (story-board, casting, repérage, tournage, effets, montage, étalonnage, mixage), ), et ces supports seront délivrés sur supports USB (aux formats compatibles avec la diffusion sur les réseaux sociaux (Facebook, WhatsApp, Instagram,Tik tok et exploitables par les supports médias. (SNRT, 2M, Medi1tv)

Dans le cas où la piste créative du spot publicitaire comporte une voix audible (voix off, commentaire, lecture du slogan ou autres), la langue utilisée doit être l’arabe. **Le prestataire doit dans ce cas assurer la traduction en français et la langue amazighe standard~~.~~**

Le spot publicitaire objet du présent contrat sera d’une durée variant entre 40 et 59 secondes.

Prévoir un teaser qui sera posté à j-4 (21 novembre)

Une version audio dont le texte ou le contenu peut être le même que le spot ou adapté à la radio sera livré dans les mêmes versions linguistiques du spot TV et à livrer sur support USB pour diffusion sur les chaines radio.

***Prix 4 : Conférence Zoom***

Durant la 20ème campagne, le prestataire doit assurer deux conférences en live streaming via l’application zoom dans des lieux différents notamment une à Rabat et une hors Rabat .

Les prestations à assurer durant ces conférences doivent porter sur ce qui suit :

* Visioconférences en qualité HD ;
* Garantie de la Voix sans interruption et de canaux suffisants pour au moins trois langues ;
* Capacité de stockage de 1 To minimum ;
* Synchronisation simultanée et transparente de toutes les actions (calendriers et contacts) et répercussion sur tous les appareils (Smartphone, tablette, PC) ;
* Enregistrement cloud en qualité FHD
* Life streaming
* Gestion et résolution des incidents liés à l’organisation des webinaires et réunions ;
* Création des cessions et invitation des participants ;
* Gestion de la diffusion des vidéos, images et tout support projeté type power point, Word, Excel, etc. via la solution de visioconférence ZOOM ;
* Support technique avant et tout au long de l’organisation de la visioconférence ;
* Garantie de la disponibilité d’un niveau de service de 99,9%.
* Travail depuis plusieurs équipements (PC, terminal mobile)

Le Prestataire avec le support de l’éditeur ZOOM s’engage à prendre toutes les mesures techniques et organisationnelles nécessaires pour garantir la sécurité, confidentialité et protection des données de l’administration.

Le prestataire doit fournir l’enregistrement intégral de chacune des conférences en qualité HD sur disque dur externe ultra rapide 3.0 minimum.

***Prix 5 : Location d’une salle pour le lancement de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes***

Le prestataire doit assurer la location d’une salle pour la cérémonie de lancement de la campagne pour 200 personnes dans un lieu adapté aux standards de l’évènementiel aménageable au style théâtre et accessible dans la ville de Rabat.

Les prestations à fournir comprennent :

* Aménagement d’une scène de 8x5m y compris habillage en moquette aux couleurs de l’évènement ;
* Cinq (5) fauteuils crapaud en simili cuir de qualité supérieure avec tables basse,
* Décoration florale,
* Portrait de Sa Majesté grand format,
* Drapeau marocain de qualité supérieure grand format,
* 60 Chaises de conférence,
* Matériel de sonorisation,
* Pupitre portant le visuel de la campagne,
* Micro-baladeurs et micro fixes,
* Eclairage scénique et éclairage d’ambiance,
* Captation vidéo par caméras FHD et équipes techniques,
* Régie de son,
* Régie de traduction,
* Quatre (4) traducteurs AIIC (composition linguistique 2 Arabo-français)
* Animatrice ou Animateur maitrisant parfaitement l’arabe et ayant une grande expérience dans le paysage médiatique marocain (présentation du CV pour validation)
* Hôtesses pour l’accueil (04)

Pour garantir une très bonne qualité professionnelle d’enregistrement audiovisuel, le prestataire doit prévoir une régie de sonorisation professionnelle complète lors de chacune des activités objet de tournage comprenant au moins : une Régie multicam Full HD, 4 Baffles en colonnes, Table de mixage, 1 Rack composé d’un équaliseur, alimentation micros fixes et micros baladeurs et stabilisateur anti larsen, trois micros serre tête dont un (1) sur pupitre et deux (2) sur table officielle de réunions, deux micros baladeurs.

***Prix 6 : Campagne de communication digitale sur les réseaux sociaux officiels du MSISF et du UNFPA.***

Le prestataire assurera une campagne de promotion pour la diffusion de l’ensemble des productions print et audiovisuelles prévues dans ce contrat sur les réseaux sociaux officiels du MSISF et de (Facebook, la chaîne YouTube, etc.), les lives streaming à diffuser en crosspostage sur la page Facebook du UNFPA, plus de différentes formes (post, story, reels, animation...).

(La campagne de communication démarrera J-4 de la date de la campagne (25 novembre 2022)

A cet effet le prestataire est amené à définir les objectifs de la campagne, le planning de post, définir les CTA et les hashtags à utiliser, le ciblage et la sponsorisation des publications et assurer un reporting ponctuel et un bilan général de la campagne.

Les objectifs de communication du Ministère à travers cette campagne digitale sont comme suit :

1. Assurer un accès à l’information adaptée à chaque cible concernée
2. Accroitre la visibilité des éléments de la campagne et partager les expériences de réussite
3. Augmenter le taux d’interaction et créer un dialogue avec le public cible
4. Assurer un taux d’engagement de 25% pour les post Facebook sur la page du ministère et permettre une augmentation significative du nombre d’abonnés de cette page par rapport au taux demandé

Le prestataire est tenu de lancer un challenge visant l’encouragement des jeunes créateurs de contenu sur les réseaux sociaux à s'engager dans la thématique de la 20ème campagne nationale relative à la violence électronique.

**Les résultats attendus sont :**

1. La création d’une identité visuelle sur les réseaux sociaux et une charte graphique spécifique en harmonie avec celle prévue à l’activité 1 ci-dessus.
2. Assurer un taux d’engagement de 25% pour les postes Facebook et Instagram et la chaine YouTube, Twitter du ministère et permettre une augmentation significative du nombre d’abonnés de cette page par rapport au taux demandé.
3. Le prestataire assurera au maitre d’ouvrage une diffusion sur les pages et comptes sur les réseaux sociaux de plusieurs influenceurs (trois influenceurs au minimum) dont la visibilité auprès du public cible de la campagne est justifiée par la dynamique de leurs pages Facebook, chaine YouTube et comptes Instagram et tik tok.

Pour cette campagne digitale, le prestataire devra livrer :

* Un plan de communication digital ;
* Un plan de déploiement de l’ensemble des produits ;
* Un rapport global quantitatif/qualitatif de la campagne
* Un rapport sur l’interaction du public et les questions les plus fréquemment posées sur le thème de la campagne
* Une présentation de rapport d'impact sur les réseaux sociaux
* La prestation revue médiatique
* Prévoir une vidéo best of

***Prix 7 : Production d’un film documentaire de reportage de 180 secondes à 4min sur les activités de la 20ème campagne dans différentes régions du royaume***

Le prestataire doit livrer un film reportage de 180 secondes à 4 min, qui regroupe au moins une activité par localité et/ ou par région avec interview avec les participants et témoignages avant le 20 décembre 2022.

***Prix n 8 : Accompagnement des relations presse et fourniture d’un plan média : avant et pendant la campagne et 5 jours après la fin de la campagne et fournir un pressbook***

Le prestataire est tenu de fournir une conception d'une campagne de relations presse. Il doit assurer l'assistance technique en matière de relations presse et fournir à cet effet des propositions comportant des engagements en matière de publication d'articles, dans la presse généraliste et spécialisée de diffusion de vidéo de short stories à tonalité positive via la mobilisation des supports très connus du public de presse écrite, visuelle, audio et électronique.

Le prestataire livre cinq (5) jours après la fin de la campagne une revue de presse détaillée faisant état de la couverture médiatique de la campagne et des captures d'écran des articles parus sur les supports électroniques avec indication des références des publications. Une liste de l'ensemble des supports ayant traité de la campagne est à dresser et à fournir au Ministère.

**ARTICLE 3- MONTANT DU CONTRAT**

Le montant du contrat est arrêté à : **(Chiffre) Dirhams Toutes Taxes Comprises.**

**ARTICLE 4 : NOTIFICATION DE L’ORDRE DE SERVICE ET DELAI D'EXECUTION**

Le prestataire sera notifié par Ordre de Service, après validation du Comité conjoint MSISF/ UNFPA de l’Offre soumise.

Le délai d'exécution des prestations susmentionnées est fixé comme suit :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Prix** | **Prestation** | **Durée d’exécution** |
| **1** | Livraison d’une recommandation stratégique avec problématique et objectifs de communication selon la thématique proposée par le MSISF | 8 jours à compter de la notification de l’ordre de service du commencement |
| **2** | Conception et livraison d’une charte graphique de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes au Maroc et sa signature | Huit (8) jours à compter de la notification de l’ordre de service du commencement |
| **3** | Production d’un (1) spot publicitaire de 40 à 59 secondes de sensibilisation sur la question de la violence à l’égard des femmes au Maroc, avec le teaser du spot | Dix (10) jours à compter de la validation de la recommandation stratégique |
| **4** | Conférence Zoom | A la tenue de chaque conférence au niveau de Rabat et hors de Rabat |
| **5** | Location d’une salle (200P) pour le lancement de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes au Maroc | A la tenue la conférence |
| **6** | Campagne de communication digitale sur les réseaux sociaux | Démarrage avec le teaser à J-4 (21/11/2022) |
| **7** | Production d’un film documentaire de 180 secondes à 4 min sur les activités **de la 20ème campagne** | A présenter avant le 20 décembre 2022 |
| **8** | Accompagnement des relations presse et fourniture d’un plan média : avant et pendant la campagne et 5 jours après la fin de la campagne et fournir un pressbook | A fournir un plan média avant et pendant la campagne  A fournir un pressbook (5 jours après la fin de la campagne |

**ARTICLE 5- MODE DE REGLEMENT**

Le paiement sera effectué après **réception et validation** de chaque prix en appliquant les prix du bordereau et les quantités réellement exécutées.

La production de la facture doit être établie en quatre exemplaires et arrêtée en toutes lettres et en chiffres, certifiées exactes, et signés par le créancier qui doit en outre rappeler l'intitulé exact de son compte bancaire.

Le paiement sera effectué directement **par l’UNFPA, en hors taxes** et ce, après validation par le comité de suivi, des livrables objets des prestations du présent contrat.

Le prestataire doit présenter à l’Administration quatre (4) exemplaires de la facture décrivant les prestations réellement exécutées et le montant total à payer ainsi que tous les éléments nécessaires à la détermination de ce montant.

Le règlement sera effectué sur la base desdites factures en application des prix du bordereau des prix-détail estimatif selon les quantités réellement réceptionnées.

***NB : Une attestation d’exonération de la TVA sera délivrée au prestataire sur la base de présentation d’une facture pro-forma en quatre (4) exemplaire indiquant le montant en HT, la valeur de la TVA et le montant en TTC.***

**ARTICLE 6 : MODE D’EXECUTION DES PRESTATIONS ET PROPRIETE DES FILMS**

Le prestataire s’engage à effectuer les prestations, objet du contrat, conformément aux besoins et aux orientations de l’Administration. Toute modification que l’Administration juge nécessaire aux commandes objet du présent contrat doit être convenue avec le prestataire.

Le spot et le reportage publicitaires produits et les rushes ainsi que l’ensemble des supports média ou non média produits en exécution du présent contrat sont la propriété exclusive du Ministère de la solidarité de l’insertion sociale et de la famille qui peut les utiliser selon ses propres besoins avec droit de l’image des acteurs et toute personne qui apparaitra dans le spot publicitaire objet du contrat et ce pour une durée de trois (3) années.

Le spot et le reportage publicitaires et les supports média ne doit contenir aucune promotion ou référence à toute autre partie.

**ARTICLE 7 : CONFIDENTIALITE**

La teneur et le contenu du contrat sont confidentiels.

La communication de toute ou partie des termes du présent contrat par l’une ou l’autre partie ne peut se faire qu’après autorisation formelle écrite de diffusion.

**ARTICLE 8 : MODIFICATION AU CONTRAT ET REGLEMENT DES DIFFERENDS**

Toute modification au présent contrat ne pourra avoir lieu que par avenant. En cas de désaccord, les parties regèleront leur différend à l’amiable. Sinon, il sera fait recours aux tribunaux compétents à Rabat.

**ARTICLE 9 : LITIGES**

Les litiges qui se produiront à l’occasion de l’exécution du présent contrat, s’ils ne sont pas résolus à l’amiable, seront soumis au tribunal compétent de Rabat.

**ARTICLE 10 : RESILIATION DU CONTRAT**

La partie souhaitant mettre fin au contrat de prestation de services doit en informer l’autre partie par courrier. La **lettre de résiliation anticipée du contrat de prestation de services** devra être réalisée par **lettre recommandée avec accusé de réception**, et ce, en respectant un délai de préavis raisonnable. Le caractère raisonnable du préavis sera apprécié eu égard à la durée de la relation entre les parties.

**ARTICLE 11 : ENREGISTREMENT DU CONTRAT**

Le présent contrat est soumis à l’enregistrement conformément aux dispositions du code général des impôts en vigueur.

**ARTICLES 12 : BORDEREAU DES PRIX DETAIL-ESTIMATIF**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **N°** | **Désignation** | **Unité** | **Quantité (1)** | **Prix Unitaire HT (2)** | **Prix total (HT) 3 = 1\*2** |
| 1 | Livraison d’une recommandation stratégique avec problématique et objectifs de communication selon la thématique proposée par le MSISF | F | 1 |  |  |
| 2 | Conception et livraison d’une charte graphique de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes au Maroc | F | 1 |  |  |
| 3 | Production d’un (1) spot publicitaire de 40 à 59 secondes de sensibilisation sur la question de la violence à l’égard des femmes au Maroc, avec le teaser du spot | Spot | 1 |  |  |
| 4 | Conférence Zoom | F | 2 |  |  |
| 5 | Location d’une salle (200P) pour le lancement de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes au Maroc | F | 1 |  |  |
| 6 | Campagne de communication digitale sur les réseaux sociaux | F | 1 |  |  |
| 7 | Production d’un film documentaire de 180 secondes à 4 min sur les activités **de la 20ème campagne** | Film | 1 |  |  |
| 8 | Accompagnement des relations presse et fourniture d’un plan média : avant et pendant la campagne et 5 jours après la fin de la campagne et fournir un pressbook | Presse book | 100 |  |  |
| **TOTAL HT** | | | | |  |
| **TVA 20%** | | | | |  |
| **TOTAL TTC** | | | | |  |

**ARRETE LE PRESENT BORDEREAU DES PRIX DETAIL-ESTIMATIF A LA SOMME DE : (chiffre) Dirhams Toutes Taxes Comprises.**

**ANNEXE N°1 : PRESENTATION DES DOSSIERS DES CONCURRENTS**

Pour le jugement des offres des concurrents, chacun d’eux doit fournir les dossiers suivants :

**a- La première enveloppe** contient les pièces des dossiers administratif et technique

* **Le dossier administratif**
* TDR paraphé sur toutes les pages et signé par le concurrent ou la personne habilitée par lui à cet effet.
* Une déclaration sur l’honneur en un exemplaire unique (Annexe 2)

* **Le dossier technique**
* Les attestations de référence en relation avec les prestations objet des TDR. Lesdites attestations ou leurs copies certifiées conformes à l’original fournies doivent porter sur des prestations réalisées entre 2017 et 2022.
* La liste des moyens techniques à mettre en œuvre pour la réalisation des prestations détaillée par prix.

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

**b- La deuxième enveloppe** contient l’offre technique détaillée par prix prenant en compte les exigences des TDR et faisant état de propositions de pistes créatives qui feront l’objet d’examen, une liste de l’équipe avec affectation par prix/tâche ainsi que le CV détaillé de l’animatrice ou animateur proposé pour l’animation de la cérémonie de lancement prévues au prix n°3. Cette enveloppe doit être fermée et porter de façon apparente la mention **« offre technique »**.

**c-La troisième enveloppe** contient l’offre financière. Cette enveloppe doit être fermée et porter de façon apparente la mention « offre financière ».

**d-Procédure pour la soumission des offres**

Les soumissionnaires intéressés sont invités à soumettre leurs dossiers de candidature, y compris l’offre financière, en format papier au siège du Ministère de la Solidarité , de l’insertion Sociale et de la Famille, au **Secrétariat de la Direction des Ressources Humaines, du Budget et des Affaires Générales**, au plus tard le **10 octobre 2022** à 16 h 30 GMT+1, date et heure limites de réception des offres.

Les dossiers qui parviendraient après la date et heure limites fixées ci-dessus ne seront pas pris en compte.

**Modalité de jugement des offres :**

Une commission sera chargée de l’examen des offres des concurrents selon la grille ci-dessous :

* **Prix 1 : Etablir une proposition de la campagne nationale**

La notation du prix n°1 se décline comme suit : C1= C1.1+C1.2 = 50points

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **C1.1. Note méthodologique (note /25 points)** | | |
| * Méthodologie   + Originalité et Pistes créatives proposées   + Conformité à la thématique   + Planning et chronogramme | **…./10 points**  **…./10 points**  **…./05 points** | Contenu de la méthodologie |
| **C1.2. Equipes (note /35 points) est la somme des sous critères C1.2.1 et C1.2.2** | | |
| **C1.2.1: Concepteur rédacteur (trice) (note …../15 points)** | | |
| **Un (e) concepteur rédacteur (trice)**  **Domaine d’études** : Diplôme dans le domaine du journalisme/ beaux-arts…   * ≥ Bac+2 : **5 points**   **Expériences** :   * Justifier d’une expérience solide dans la conception de spots ou films publicitaires ou en production audiovisuelle. * Aucune expérience : **0 point** * **1point** par expérience dans la limite de **10 points** | **…/15 points** | * Copie du diplôme ou attestation * CV |
| **C1.2.2 : un réalisateur (trice) + un Chef (fes) opérateur (trices) (Note …./10 points pour chaque membre de l’équipe)**  **(soit 5 points x 2 = 10 points pour les deux membres de l’équipe)**  **La note C1.2.2 est obtenue par l’addition des notes individuelles de chaque membre de l’équipe** | | |
| **Un 1 Réalisateur (trice)**  **Un 1 chefs (fe) opérateur (trice)**  **Domaine d’études** : Diplôme ou attestation dans le domaine de l’audiovisuel/ création artistique/ …   * ≥ Bac+2 : **2 point**   **Expériences** :   * Justifier d’au moins une expérience solide dans le domaine de l’audiovisuel. * Aucune expérience : **0 point** * **1point** par expérience dans la limite de **3 points** | **…/5 points**  **Par membre de l’équipe**  **(Soit**  **10 points)** | * Copie du diplôme ou attestation de chaque membre de l’équipe * CV |

* **Prix n°5 : Conception et livraison d’une charte graphique de la campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes au Maroc**

La notation du prix n°5 se décline comme suit : C5= C5.1+C5.2 = 30 points

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **C5.1. Note méthodologique (note /20 points)** | | |
| * Méthodologie   + Bonne compréhension du travail demandé ;   + Pertinence de la proposition et son originalité ;   + Planning et Chronogramme proposé. | **…/20 points**  **…/05 points**  **…/10 points**  **…/05 points** | Contenu de la méthodologie |
| **C5.2.Equipes (note /10 points) est la somme des sous critères C5.2.1 et C5.2.2** | | |
| **C5.2.1 : Un (e) Chef (fe) de projet - Producteur concepteur (trice)(note …../05 points)** | | |
| **Un (e) Chef (fe) de projet - Producteur concepteur (trice)**  **Domaine d’études** : Diplôme ou attestation en marketing ou en communication/domaine artistique ou équivalent.   * ≥ Bac+2 : **02 points**   **Expériences** :   * Justifier d’une expérience solide dans le domaine sus cités; * Justifier d’au moins 1 expérience confirmée dans la conduite de campagne de communication/production. * Aucune expérience : **0 point** * **1points** par expérience dans la limite de **03 points** | **…/05 points** | * Copie du diplôme * CV |
| **C5.2.2 : Un (e) infographiste (note …../05 points)** | | |
| **Un (e) infographiste**  **Domaine d’études** : Diplôme en infographie/arts graphiques.   * ≥ Bac+2 : **02 point**   **Expériences** :   * Justifier d’au moins une expérience solide en tant qu’infographiste * Aucune expérience : **0 point** * **1 points** par expérience dans la limite de **03points** | **…/05 points** | * Copie du diplôme ou attestation * CV signé par l’intéressé (e) et par le prestataire |

* **Prix n°6 : Campagne de communication digitale sur les réseaux sociaux**

La notation du prix n°6 se décline comme suit C6= 20 points

***NB : une note équivalente à zéro (0) obtenue pour une des composantes est jugée éliminatoire et par conséquent l’offre est écartée****.*

La note technique **NT** est la somme des notes relatives aux trois critères ci-dessus :

**NT = C1 + C5 + C6**

**Important : A l'issue de l'évaluation technique, toute offre ayant obtenu une note technique (NT) de moins de 70 points sera écartée.**

***Etape 2 : Evaluation des offres financières***

L'examen des offres financières concerne les seuls candidats admis à l’issue de l’examen de leurs dossiers administratifs et de leurs offres techniques.

La commission écarte les concurrents dont les offres financières :

* ne sont pas conformes à l'objet de la consultation ;
* ne sont pas signées ;
* expriment des restrictions ou des réserves ;

Le contrat sera conclu avec le concurrent dont l’offre financière est la moins disante.

Pour tout complément d’information drhbag@social.gov.ma

**ANNEXE 2 : MODELE DE DECLARATION SUR L’HONNEUR**

DECLARATION SUR L’HONNEUR (\*)

**Objet du contrat :** Accompagnement du Ministère lors de la 20ème campagne nationale de lutte contre la violence à l’égard des femmes qui se déroulera du 25 novembre au 10 décembre 2022

**A- Pour les personnes physiques**

- Je soussigné : ………………………. (Nom, Prénom, et qualité)

Numéro de téléphone …………………Numéro du fax : …………………….

Adresse électronique :……………

Agissant en mon nom personnel et pour mon propre compte,

- adresse du domicile élu ……………………………………….

- Afilié à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale sous le n° : ………………

-Inscrit au Registre du Commerce de :………………(localité) sous le n°…………………

- n° de patente……………….

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 téléphone …………………Numéro du 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………………………………………………………………

- Affilié à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale sous le n° : ……………………

- Inscrit au registre du commerce ……………………(localité) sous le n°…………

- n° de patente……………….

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

**En vertu des pouvoirs qui me sont conférés**

**Déclare sur l’honneur** :

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

2- que je remplie les conditions prévues à l’article 24 du décret n° 2-12-349 du 8 joumada I 1434 (20 mars 2013 relatifs 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 **(1)** ;

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 du 8 joumada I 1434 (20 mars 2013 relatifs aux marchés publics

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

- confier les prestations à sous- traiter à des PME installées aux Maroc

5 – m’engage à ne pas recourir par moi-même ou par personne interposée à des pratiques de fraudes ou de corruption de personnes qui interviennent à quelques titres que ce soit dans les différentes procédures de passation, de gestion et d’exécution du présent marché.

6- m’engager à ne pas faire, par moi-même ou par personnes interposées, des promesses, des dons ou des présents en vue d’influer 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 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.

9- je reconnais avoir pris connaissance des sanctions prévues par les articles 138 et 159 du décret n° 2-12-349 précité, relatif à l’inexactitude de la déclaration

Fait à Rabat le…………………….

Signature et cachet du concurrent

1. A supprimer le cas échéant,

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

**Projet de Contrat**

**Termes de Références**

|  |  |
| --- | --- |
| **LE PRESTATAIRE** | **L’AGENT AUTORISE**  **(L’Administration)** |
| **APPROBATION DU PARTENAIRE D’EXECUTION** | |