

Royaume du Maroc



وزارة إعداد التراب الوطني والتعمير والإسكان وسياسة المدينة
ⵜⴰⵎⴰⵔⴷⴰ ⵜⴰⵏⵓⵔⴰⵏⵜ ⵜⴰⵎⴰⵔⴷⴰ ⵜⴰⵏⵓⵔⴰⵏⵜ ⵜⴰⵎⴰⵔⴷⴰ
Ministère de l'Aménagement du Territoire National, de l'Urbanisme,
de l'Habitat et de la Politique de la Ville

Agence Urbaine d'Agadir

Appel d'offre Ouvert N°13 /2019 CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPECIALES

LA CONCEPTION ET LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN DE COMMUNICATION DE L'AGENCE URBAINE D'AGADIR



Appel d'offres ouvert sur offres de prix n°13/2019 (séance publique) en application des dispositions du Règlement relatif aux marchés publics de l'Agence urbaine d'Agadir, notamment le paragraphe 1 de l'Article 16 et l'alinéa1 paragraphe1 de l'article



Agence Urbaine d'Agadir
Immeuble Ibn Toufail, Avenue My Abdellah BP 36/S Tél :
0528.84.70.07/28 Fax : 0528.84.70.79 E.mail : aua@aua.ma Web :
www.aua.ma



SOMMAIRE

ARTICLE 1 : MODE DE PASSATION	1
ARTICLE 2 : REFERENCES AUX TEXTES - NORMES	1
ARTICLE 3 : OBJET DE L'APPEL D'OFFRES.....	2
ARTICLE 4 : CONSISTANCE DE LA MISSION.....	3
ARTICLE 5 : METHODOLOGIE ET MISE EN OEUVRE	4
ARTICLE 6 : VALIDITE DU MARCHÉ	5
ARTICLE 7 : DELAI D'EXECUTION.....	5
ARTICLE 8: PENALITES.....	6
ARTICLE 9 : RECEPTION PROVISOIRE ET DEFINITIVE.....	6
ARTICLE 10 : RETENUE DE GARANTIE – DELAI DE GARANTIE	6
ARTICLE 11 : CARACTERE ET NATURE DES PRIX.....	6
1 – GENERALITES	6
ARTICLE 12 : TAXE SUR LA VALEUR AJOUTEE	7
ARTICLE 13 : MODALITES DE PAIEMENTS	7
ARTICLE 14 : MODE DE REGLEMENT	7
ARTICLE 15 : CAUTIONNEMENT DEFINITIF	7
ARTICLE 16: ASSURANCE DE L'ENTREPRISE.....	7
ARTICLE 17 : CONTENTIEUX ET LITIGES.....	7
ARTICLE 18: APPROBATION DU MARCHÉ	7
ARTICLE 19 : DELAI D'APPROBATION.....	8
ARTICLE 20: DROIT DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT	8
ARTICLE 21: ELECTION DE DOMICILE	8
ARTICLE 22 : MESURES COERCITIVES.....	8
ARTICLE 23 : PRESTATIONS A LA CHARGE DE L'AUA.....	8
ARTICLE 24 : CONFIDENTIALITE DES RENSEIGNEMENTS.....	8
ARTICLE 25 : EQUIPE AFFECTEE A LA MISSION	8
ARTICLE 26 : PLANNING DE LA MISSION	8
ARTICLE 27 : RAPPORTS ET LIVRABLES A REMETTRE A L'AUA.....	9
ARTICLE 28 : COMITE DE SUIVI ET DE COORDINATION	9



ARTICLE 1 : MODE DE PASSATION

Le mode de passation de ce marché est l'appel d'offres ouvert sur offre de prix, lancé par l'Agence Urbaine d'Agadir, en application des dispositions du Règlement relatif aux marchés publics de l'Agence urbaine d'Agadir, notamment le paragraphe 1 de l'Article 16 et l'alinéa1 paragraphe1 de l'article ainsi que certaines dispositions relatives à leur gestion et à leur contrôle et au cahier des Clauses Administratives Générales applicables aux marchés de services portant sur les prestations d'études de maîtrise d'œuvre passées au compte de l'Etat, approuvé par le décret Royal 2-01-2332 du 22 Rabii I- 1423 (Juin 2002, désigné sous le vocable « CCAG – EMO »).

ARTICLE 2 : REFERENCES AUX TEXTES - NORMES

Le soumissionnaire sera soumis aux dispositions prévues par :

1. Le Dahir portant loi n° 1.93.51 du 22 Rabia 1 1414 (10 septembre 1993), instituant les Agences Urbaines, notamment son article 3 ;
2. Le Décret n° 2.93.67 du 27 Rabia II 1414 (21 septembre 1993) pris pour l'application du dahir portant loi n° 1.93.51 du 22 Rabia 1414 (10 septembre 1993), instituant les agences urbaines ;
3. Le Dahir n° 1-89-225 du 13 Joumada I 1413 (9 Novembre 1992) portant promulgation de la loi 20-88 instituant l'Agence Urbaine d'Agadir ;
4. Le Décret n° 2-88-584 du 24 Rajeb 1413 (28 janvier 1993) pris pour l'application de la loi n°20-88 instituant l'Agence Urbaine d'Agadir ;
5. Le Règlement relatif aux conditions et formes de passation des marchés Publics de l'Agences Urbaine d'Agadir du 27 Mai 2014 ;
6. La loi n°69-00 organisant le contrôle financier de l'Etat sur les entreprises publiques et autres organismes, promulguée par le dahir n°1-03-195 du 16 Ramadan 1424 (11 Novembre 2003) ;
7. L'arrêté du Ministère des Finances et de la Privatisation n° 2-3572 du 8 juin 2005 portant organisation financière et comptable des Agences Urbaines ;
8. la Décision du ministre des finances et de la privatisation n°212 DE/SPC du 6 mai 2005, fixant les seuils des actes soumis au visa des contrôleurs d'Etat des Agences Urbaines ;
9. Le circulaire n° 4-59-SGG en date du 12 février 1959 et au circulaire n° 23-59-SGG en date du 6 octobre 1959 relatives aux travaux de l'Etat des établissements publics et des collectivités locales ;
10. Le Dahir n° 1-85-347 du 7 rebia 1406 (20 décembre 1985) portant promulgation de la loi n° 30-85 relative à la Taxe sur la Valeur Ajoutée, tel qu'il a été modifié et complété ;
11. Le cahier des clauses administratives générales applicable aux marchés de service portant sur les prestations d'études et de maîtrise d'œuvre (CCAG-EMO) approuvé par le Décret n°2-01-2332 ;
12. La loi n° 112.13 du 29 Rabii II 1436 (19 février 2015) relative au nantissement des marchés publics ;
13. Les textes officiels règlementant la main d'œuvre et les salaires ;

S'ajoutant à ces documents tous les textes législatifs et réglementaires en vigueur. Le Soumissionnaire devra se procurer ces documents s'il ne les possède pas déjà, il ne pourra en aucun cas exciper de l'ignorance de ceux-ci pour se dérober aux obligations qui y sont contenues.

Il s'agit aussi de l'ensemble des textes spéciaux et documents généraux relatifs aux prestations à effectuer, rendus applicables à la date de passation du marché ;

Si les textes susvisés prescrivent des clauses contradictoires, Le soumissionnaire devra se conformer aux textes les plus récents.



ARTICLE 3 : OBJET DE L'APPEL D'OFFRES

La consultation a pour objet la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication de l'AUA en conformité avec son plan stratégique ;

Le plan de communication doit être décliné à partir d'une vision globale, elle-même issue du positionnement institutionnel et du socle des valeurs de l'AUA. Ce plan devra être structuré et décliné en mode opératoire fonctionnel qui prend en charge le positionnement, les attentes et la perception du public cible (personnel, partenaires et citoyens) de cette institution publique.

La mise en œuvre du plan de communication doit être pensée et élaborée dans le cadre d'une approche privilégiant les principes de la gestion axée sur les résultats.

Ce plan devra être précédé par un exercice d'identification des principales cibles déclinées à travers une cartographie des parties prenantes livrant le degré d'influence de celle-ci sur la perception des actions de l'AUA.

Le plan d'action déclinera également des objectifs précis et quantifiables ainsi que les moyens techniques et les ressources humaines et financières à même de réaliser ces objectifs.

Les ressources humaines proposées par le prestataire doivent apparaître dans un organigramme définissant le plan de charge de l'équipe dédiée et les fonctions qui leurs incombent dans cette répartition fonctionnelle.

L'objectif principal du plan de communication est de permettre à l'AUA d'accroître sa visibilité et son influence ; de renforcer son positionnement institutionnel et de contribuer à la diffusion de la culture de l'évaluation des politiques publiques.

Un traitement spécifique des composantes du plan d'action devra être réservé à l'investissement de l'espace des médias web et des réseaux sociaux.

Objectif qualitatif 1 : Positionner l'AUA dans son environnement institutionnel

- Accroître la visibilité de l'AUA en tant qu'institution publique ouvrant en matière de gestion et de planification urbaine, chargée, de faciliter et de promouvoir l'investissement en la matière dans son ressort territorial, par la mise à la disposition des décideurs publics et privés et des citoyens, en amont, les études urbaines nécessaires et d'instruire, en aval, leurs projets d'investissement.
- Faire connaître la mission d'intérêt public de l'AUA auprès des décideurs, des partenaires et de l'opinion publique locale en tant qu'institution à l'écoute, qui apporte assistance et expertise et qui répond à leurs besoins en la matière.
- Asseoir la notoriété de l'AUA et défendre son image ;
- Mettre en exergue l'impact de la mission de l'AUA sur les intervenants publics et privés dans le domaine en recourant notamment à leurs témoignages ;
- Développer la proximité avec les intervenants et les citoyens au niveau régional, notamment, au niveau de son ressort territorial ;

Objectif qualitatif 2 : Développer une communication digitale

- Accroître la visibilité de l'AUA dans les médias sociaux ;
- Actualiser le site web internet et intranet de l'AUA ;
- Développer et formaliser auprès du personnel l'utilisation du mailing en interne et avec les partenaires ;
- Valoriser les efforts entrepris par l'AUA en matière de planification et de gestion urbaine, et mettre en valeur les publications et les données produites qui y sont afférents.
- Veiller à garder une synergie entre les différentes actions de communication (événementiel, stratégie media et publications).



2-1 – CONTEXTE DE LA MISSION

L'Agence Urbaine d'Agadir est un établissement public doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière dont le ressort territorial comprend les préfectures Agadir Ida Outanane et Inezgane Ait Melloul et la Provinces de Chtouka Ait Baha, sur une superficie totale de 6113 Km².

Placée sous la tutelle du Ministère de L'Aménagement du Territoire, de l'Urbanisme, de l'Habitat et de la Politique de la Ville, sa mission est fixée à l'article 3 du dahir instituant les Agences Urbaines.

L'Agence Urbaine d'Agadir a été créée par le Dahir No 1-89-225 du 9 Novembre 1992, portant promulgation de la loi No 20-88.

2-2 – MISSIONS PRINCIPALES DE L'AUA

Réaliser les études nécessaires à l'établissement des schémas Directeurs d'aménagement urbain et suivre l'exécution des orientations qui y sont définies ;

Préparer les projets de documents d'urbanisme réglementaires, notamment les plans de zonage, les plans d'aménagement et les plans de développement ;

Donner un avis conforme sur tous les projets de lotissements, groupes d'habitations, morcellements et constructions, qui doivent lui être transmis, à cet effet, par les autorités compétentes ;

Contrôler la conformité des lotissements, morcellements, groupes d'habitations et constructions avec les dispositions législatives et réglementaires en vigueur ;

Réaliser les études de projets d'aménagement de secteurs particuliers, d'exécuter tous projets de travaux éditaires ou d'aménagement pour le compte de l'État, des collectivités locales ou pour toute autre personne publique ou privée qui en ferait la demande lorsque le projet est d'utilité publique.

Promouvoir et réaliser des opérations de réhabilitation urbaine, de rénovation immobilière et de restructuration de quartiers dépourvus d'équipements d'infrastructure et à cette fin, réaliser les études et acquérir les immeubles nécessaires à ces opérations.

Fournir son assistance technique aux collectivités locales en matière d'urbanisme et d'aménagement ainsi qu'aux opérateurs publics et privés qui en feraient la demande dans leurs actions d'aménagement ;

Collecter et diffuser toutes informations relatives au développement urbanistique des préfectures et/ou provinces situées dans le ressort territorial de l'Agence.

2-3- DESCRIPTION DE LA MISSION OBJET DE LA CONSULTATION

Elaboration du plan de communication de l'AUA, qui sera l'outil stratégique et méthodologique de la mise en œuvre et de la programmation de la communication interne et externe. Le plan définira les grandes priorités : public cible, axes de communication, moyens et outils.

Le plan de communication doit permettre à l'AUA :

- d'informer sur son activité ;
- d'être à l'écoute de ses partenaires et interlocuteurs ;
- de sensibiliser et d'améliorer le sens de communication chez le personnel de l'AUA ;
- d'instaurer les outils d'échange et de partage internes et externes des données.

Ce Plan, et sa stratégie de mise en œuvre, s'appuieront sur des méthodologies et des



approches de communication participative qui comprennent des activités de :

- Communication institutionnelle : visibilité des activités menées au sein de l'AUA et entre l'AUA et ses partenaires locaux et nationaux ;
- Communication sociale : avec l'utilisation des mass media pour informer, sensibiliser, motiver et mobiliser autour des actions et initiatives ayant trait aux domaines d'activité de l'AUA.

Le plan de communication doit donner de la cohérence aux différentes actions de Communication interne et externe et renforcer l'image de l'AUA et son identité.

ARTICLE 5 : METHODOLOGIE ET MISE EN OEUVRE

L'ensemble de la mission sera réalisé en étroite concertation avec le Comité de pilotage de l'étude présidé par le Directeur de l'Agence Urbaine d'Agadir ou son représentant.

La mission sera menée en trois phases qui feront chacune l'objet d'un rapport et d'une validation par le comité de pilotage :

Phase 1 : Analyse et diagnostic

1. **la réalisation d'une analyse documentaire** couvrant tous les documents afférents aux activités de l'AUA. Cette analyse permettra une bonne connaissance des missions confiées à l'Agence et une compréhension de son environnement institutionnel et juridique ;
2. **l'établissement d'un état des lieux de la communication de l'Agence** : l'organisation, les ressources humaines et financières mobilisées, l'identité visuelle et la charte graphique de l'Agence, les actions de communication entreprises (rencontres d'information, interviews, communiqués, etc.), les supports de communication produits ou mis en place (bulletins, brochures, plaquettes, site web, événementiels, etc.), les interactions avec les parties prenantes et les publics cibles,....
Une connaissance approfondie de l'état des lieux doit permettre l'établissement d'un bilan des actions entreprises et des préconisations émises au préalable en matière de communication en perspective de leur capitalisation, de leur intégration et de leur mise en cohérence dans le cadre du plan de communication.
3. **La conduite d'entretiens semi-directifs avec les responsables et le personnel de l'Agence** :

Identification des attentes en interne et en externe en matière de communication, détermination des enjeux et des objectifs stratégiques en matière de communication, évaluation de l'engagement des parties prenantes, identification des publics cibles et appréhension de leur perception de l'Agence.

Cette phase aura pour objet :

- L'analyse des actions et outils existants (site Internet, intranet, dépliants, manifestations diverses,...) ;
- L'identification des atouts et des freins éventuels aux actions de communication de l'AUA ;
- L'évaluation des moyens disponibles ;
- La détermination des enjeux ;
- L'identification et l'évaluation de l'impact des actions de l'AUA auprès de ses partenaires ;



- L'évaluation de la perception de l'AUA par ses partenaires publics et privés.

Cette étape devra donner lieu à l'élaboration d'un rapport de recommandations comportant essentiellement :

- Les mécanismes d'information et de communication en interne et en externe ;
- Les problèmes actuels et éventuels qui peuvent entraver la bonne communication interne et externe ;
- Les solutions, les recommandations et les modalités d'amélioration et de renforcement des actions de communication ;
- Les actions de mise en œuvre de ces solutions et recommandations.

Il convient de différencier dans le rapport les mesures prises pour la communication interne et externe et de regrouper les activités par thème.

Phase 2 : Elaboration du plan de communication interne et externe.

Sur la base des résultats du diagnostic, le consultant doit formuler un plan d'action et une stratégie de communication. Cette stratégie doit présenter la vision générale de l'AUA, les objectifs et la méthodologie du plan de communication.

Le consultant doit :

- Proposer des axes stratégiques de la communication ;
- Définir les objectifs et les idées forces ;
- Elaborer les messages principaux ;
- Identifier les cibles par degrés de priorité ;
- Définir les supports et les outils de communication à utiliser ;
- Proposer une programmation des opérations à mener (préciser le planning et les moyens financiers et humains à mettre en œuvre) ;
- Arrêter la responsabilité de la mise en œuvre ;
- Définir les indicateurs de suivi et d'évaluation à mettre en place ;
- Proposer l'outil informatique adéquat pour la gestion et le suivi des activités de communication.



Phase 3 : Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication

Accompagner la mise en place du plan de communication. Il s'agira d'assister l'AUA dans la mise en œuvre des actions retenues et sur les modalités de réalisation et d'évaluation des actions à entreprendre et d'encadrer le personnel affecté à la cellule chargée de la communication.

ARTICLE 6 : VALIDITE DU MARCHÉ

Le marché qui découlera du présent Appels d'Offres ouvert ne sera valable, définitif et exécutoire, qu'après notification de son signature par le Directeur de l'Agence Urbaine d'Agadir et son visa par le Contrôleur d'Etat de l'AUA lorsque ledit visa est requis.

L'approbation du marché doit intervenir avant tout commencement d'exécution. Cette approbation sera notifiée dans un délai maximum de soixante-quinze (75) jours à compter de la date d'ouverture des plis.

ARTICLE 7 : DELAI D'EXECUTION

Le concurrent s'engage à accomplir les missions qui lui sont confiées par le présent contrat dans les délais précisés ci-dessous.

La mission commencera dès la notification de l'approbation du marché, par ordre de service prescrivant son commencement.

La durée de l'étude est de 4 mois,

Le concurrent doit remettre à l'AUA après achèvement de l'étude pour chaque phase, un rapport provisoire

et un rapport définitif.

ARTICLE 8: PENALITES

A défaut d'avoir terminé les prestations du marché dans les délais prescrits, il sera appliqué au concurrent une pénalité par jour calendaire de retard de 1‰ (un pour mille) de la rémunération correspondante à chaque décompte. Cette pénalité sera appliquée de plein droit et sans mise en demeure sur la somme due au concurrent, pour chaque tranche concernée par ce retard.

L'application de ces pénalités ne libère en rien le concurrent de l'ensemble des autres obligations et responsabilités qu'il aura souscrites au titre du présent marché.

Toutefois, le montant cumulé de ces pénalités est plafonné à dix pour cent (10 %) du montant du marché.

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 prévues par l'article 42 du CCAG-EMO.

ARTICLE 9 : RECEPTION PROVISOIRE ET DEFINITIVE

Les réceptions provisoire et définitive du marché auront lieu après réception et validation des documents respectivement en éditions provisoire et définitive.

Les documents en édition définitive devront être conformes aux documents réceptionnés provisoirement, dûment complétés et rectifiés selon les instructions de l'AUA.

La réception définitive ne sera prononcée que si tous les documents appartenant à l'Agence Urbaine d'Agadir remis pour consultation au bureau d'études dans le cadre du présent marché soient restitués à l'Agence Urbaine d'Agadir.

ARTICLE 10 : RETENUE DE GARANTIE – DELAI DE GARANTIE

Par dérogation aux articles 40 et 48 du CCAG-EMO, il n'est pas prévu de retenue ni de délai de garanties.

ARTICLE 11 : CARACTERE ET NATURE DES PRIX

1 – GENERALITES

Le présent appel d'offres ouvert est à prix global.

Le prix est établi et calculé sur la base de la décomposition du montant global annexé au présent cahier des prescriptions spéciales.

Le prix global couvre et rémunère l'ensemble des prestations qui font l'objet de l'appel d'offres ouverts et telles qu'elles doivent être exécutées conformément à ce dernier et ce quelques soient les quantités réellement exécutées.

Les prix de l'appel d'offres ouverts sont réputés comprendre toutes les dépenses résultant de l'exécution des prestations y compris tous les droits, impôts, taxes, frais généraux, faux frais et assurer au CONCURRENT de services une marge pour bénéfice et risques et d'une façon générale toutes les dépenses qui sont la conséquence nécessaire et directe du travail.

Par ailleurs,

2 – IMPOTS, TAXES, FRAIS DOUANIERS, ...

Le CONCURRENT est réputé avoir examiné, en détail au moment de l'établissement des prix, toutes les incidences des lois fiscales et douanières en vigueur à la date de la remise des offres. Par conséquent, le CONCURRENT sera tenu de régler tous les impôts, taxes et frais de douane éventuel en vigueur au Maroc.

3 – REVISION DES PRIX

Le prix du marché est ferme et non révisable.

Par ailleurs, si le taux de la taxe sur la valeur ajoutée est modifié postérieurement à la date limite de remise des offres, le maître d'ouvrage répercute cette modification sur le prix de règlement.



ARTICLE 12 : TAXE SUR LA VALEUR AJOUTEE

La T.V.A et toutes autres taxes seront comprises dans le bordereau des prix et détail estimatif.

ARTICLE 13 : MODALITES DE PAIEMENTS

Le règlement des prestations réalisées sera effectué sur la base de décomptes établis par le maître d'ouvrage en application des prix de la décomposition du montant global aux quantités réellement exécutées, accompagnées d'une facture (en Cinq exemplaires) décrivant les prestations réalisées et les services rendus conformément au bordereau des prix.

Le paiement sera effectué comme suit :

- 25% (Vingt-cinq pour cent) à la validation du rapport de la 1ere phase « Analyse et diagnostic » ;
- 35% (Trente-cinq pour cent) à la validation du rapport de la 2eme phase « Elaboration du plan de communication interne et externe » ;
- 40% (Quarante pour cent) après l'achèvement de la 3eme phase « Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication ».

Les paiements seront calculés compte tenu, éventuellement, des pénalités ou de toutes sommes à la charge du prestataire en application des termes du marché résultant du présent appel d'offres.

ARTICLE 14 : MODE DE REGLEMENT

Sur ordre de virement du maître d'ouvrage, les sommes dues au CONCURRENT seront versées au compte bancaire ouvert en son nom ou la société ou le groupement qu'il représente.

ARTICLE 15 : CAUTIONNEMENT DEFINITIF

Le montant du cautionnement provisoire est fixé à **7.000 DH** (Sept mille dirhams).

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

Si CONCURRENT ne réalise pas le cautionnement définitif dans un délai de 30 jours à compter de la date de la notification de l'approbation du présent marché, le montant du cautionnement provisoire fixé ci-dessus reste acquis à l'Agence Urbaine d'Agadir.

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 prestations.

ARTICLE 16: ASSURANCE DE L'ENTREPRISE

Avant tout commencement de ses interventions, le consultant est tenu de justifier qu'il est régulièrement garanti par des contrats d'assurance concernant les risques suivants :

- Responsabilité civile,
- Accidents de travail.

Le titulaire du marché doit se conformer aux dispositions de l'article 20 du C.C.A.G- EMO.

ARTICLE 17 : CONTENTIEUX ET LITIGES

Le règlement des litiges, aux quels pourraient donner lieu l'exécution du présent marché, sera du ressort exclusif des tribunaux du Maroc statuant en matière administrative.

ARTICLE 18: APPROBATION DU MARCHE

Le marché issu du présent CPS ne sera valable, définitif et exécutoire qu'après son approbation par l'Autorité compétente et son visa par le Contrôleur d'Etat au cas où ce visa est requis.



ARTICLE 19 : DELAI D'APPROBATION

Conformément au règlement relatif aux Marchés public de l'Agence Urbaine d'Agadir notamment l'Article 60, l'attributaire du marché sera libre de renoncer à son offre si l'approbation du marché ne lui est pas notifiée dans un délai de soixante-quinze (75) jours à compter du jour de l'ouverture des plis.

ARTICLE 20: DROIT DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

Les frais de timbres et éventuellement d'enregistrement sont à la charge du prestataire.

ARTICLE 21: ELECTION DE DOMICILE

A défaut par le prestataire de satisfaire aux obligations qui lui sont imposées par l'article 17 du CCAG-EMO, toutes les notifications qui se rapportent au présent marché lui seront valablement faites à son domicile, figurant dans son acte d'engagement.

ARTICLE 22 : MESURES COERCITIVES

Lorsque le titulaire ne se conforme pas aux dispositions du marché issu du présent appel d'offres ou à l'ordre de service, l'Agence Urbaine d'Agadir le met en demeure d'y satisfaire dans un délai déterminé. Ce délai, sauf cas d'urgence, ne peut être inférieur à quinze (15) jours à dater de la notification de la mise en demeure. Passé ce délai, si le soumissionnaire retenu n'a pas exécuté les dispositions prescrites, l'Agence Urbaine d'Agadir se réserve le droit de faire appel à des tiers pour assurer l'exécution du marché. Dans ce cas, le soumissionnaire retenu supportera la différence des prix qui lui sera retenue de plein droit et sans mise en demeure préalable.

ARTICLE 23 : PRESTATIONS A LA CHARGE DE L'AUA

L'AUA s'engage à mettre à la disposition du concurrent l'ensemble de la documentation disponible. Plus précisément, il lui fournira les informations nécessaires à la bonne conduite de la mission.

ARTICLE 24 : CONFIDENTIALITE DES RENSEIGNEMENTS

Le concurrent, sauf consentement préalable donné par écrit de l'AUA, ne communiquera le marché, ni aucune de ses clauses, ni aucune des spécifications ou informations fournies par l'AUA à aucune personne autre qu'une personne employée par le concurrent à l'exécution du marché. Les informations transmises à une telle personne le seront confidentiellement et seront limitées à ce qui est nécessaire à ladite exécution.

Tout document, autre que le marché lui-même, demeurera la propriété de l'AUA et devra être remis à l'AUA après exécution des obligations contractuelles.

ARTICLE 25 : EQUIPE AFFECTEE A LA MISSION

- L'équipe doit être composée de consultants spécialisés en communication ayant une expérience confirmée en matière de stratégie de communication.
- Le Chef d'équipe doit justifier d'une expérience dans la réalisation de plans de communication de préférence dans le secteur public ;
- Le concurrent s'engage à exécuter personnellement la mission et devrait faire intervenir les experts retenus dans son offre technique et ne pourrait les remplacer par de nouveaux experts qu'après accord préalable de l'AUA.

ARTICLE 26 : PLANNING DE LA MISSION

Le concurrent est tenu de soumettre à l'agrément de l'AUA, dans un délai de dix (10) jours, à dater du lendemain de la notification de l'ordre de service, un planning détaillé reprenant les opérations à réaliser ainsi que le personnel nommément désigné pour les tâches qui leur

seront confiées.

L'AUA dispose d'un délai de cinq (5) jours pour formuler ses remarques sur le planning proposé par le concurrent.

Le planning de la mission doit être mis à jour par le concurrent chaque fois que cela s'avère nécessaire. Cette mise à jour ne peut avoir pour conséquence une modification du délai global de la mission.

ARTICLE 27 : RAPPORTS ET LIVRABLES A REMETTRE A L'AUA.

Chacune des trois phases donnera lieu à la production d'un rapport comprenant notamment les propositions argumentées avec leur synthèse ;

L'approbation par l'AUA des rapports intermédiaires constitue une condition nécessaire à la réalisation de l'étape suivante.



ARTICLE 28 : COMITE DE SUIVI ET DE COORDINATION

Un comité sera institué pour assurer le suivi et la coordination de cette mission. Il aura à :

- Veiller à la bonne exécution de la mission et faciliter son déroulement ;
- Examiner, valider les rapports de l'étude et se prononcer sur leur réception provisoire et définitive.

Le Directeur

de l'Agence Urbaine d'Agadir

Le Directeur de
l'Agence Urbaine d'Agadir
Signé Amine IDRISSE BELKASMI

Le concurrent

(Signature plus la mention lu et accepté manuscrite)

BORDEREAU DU PRIX GLOBAL

**APPEL D'OFFRE OUVERT N°13/2019
RELATIF A
LA CONCEPTION ET LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN DE COMMUNICATION
DE L'AGENCE URBAINE D'AGADIR**

N° Prix	Désignation de la prestation	Prix Forfaitaire en DH (hors TVA) en chiffre
1	LA CONCEPTION ET LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN DE COMMUNICATION DE L'AGENCE URBAINE D'AGADIR	
TOTAL HORS TVA		
TVA 20%		
TOTAL TTC		

Arrêté, le montant total du bordereau des prix global à la somme de (en dirhams TTC) :.....
.....

Fait à le



Signature et Cachet du concurrent

DECOMPOSITION DU MONTANT GLOBAL

APPEL D'OFFRE OUVERT N°13/2019

RELATIF A

**LA CONCEPTION ET LA MISE EN ŒUVRE D'UN PLAN DE COMMUNICATION
DE L'AGENCE URBAINE D'AGADIR**

N° DU POSTE	DESIGNATION DE LA PRESTATION	QUANTITE (%)	PRIX FORFAITAIRE HORS TVA (2)	TOTAL HORS TVA PAR POSTE (1)*(2)= 3
01	PHASE 1 : Analyse et diagnostic	25%		
02	PHASE 2 : Elaboration du plan de communication interne et externe	35%		
03	PHASE 3 : Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication	40%		
TOTAL HORS TVA				
TVA 20%				
TOTAL TTC				

Arrêté, la présente décomposition du Prix global à la somme de (en dirhams TTC) :.....
.....

Fait à le

Signature et Cachet du Concurrent

