

المملكة المغربية
ⵜⴰⴳⴷⴰⵢⵜ ⵏ ⵍⵎⴰⴳⴷⴰⵢⵔ
ROYAUME DU MAROC



المجلس الأعلى للتربية والتكوين والبحث العلمي
ⵎⴰⴽⴷⴰⵢⵔ ⵏ ⵉⴷⵓⴽⴰⵏ ⵏ ⵉⴳⴷⴰⵢⵔ ⵏ ⵉⴷⵓⴽⴰⵏ ⵏ ⵉⴳⴷⴰⵢⵔ
Conseil Supérieur de l'Education, de la Formation et de la Recherche Scientifique

Appel d'offres ouvert N° 13/CSEFRS/2016

**ELABORATION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LE COMPTE DU
CONSEIL SUPERIEUR DE L'EDUCATION, DE LA FORMATION
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE**

CAHIER DES PRESCRIPTIONS SPECIALES

En application des articles 1 et du décret n°2.12.349 relatif aux marchés publics

Table des matières

CHAPITRE I-CLAUSES ADMINISTRATIVES.....	5
ARTICLE 1 : OBJET DU MARCHE	5
ARTICLE 2 : CONSISTANCE DES PRESTATIONS	5
ARTICLE 3 : RÉFÉRENCES AUX TEXTES GÉNÉRAUX APPLICABLES AU MARCHÉ	5
ARTICLE 4 : DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU MARCHE.....	6
ARTICLE 5 : CAUTIONNEMENT ET RETENUE DE GARANTIE	6
ARTICLE 6 : VALIDITÉ ET DÉLAI DE NOTIFICATION DE L'APPROBATION DU MARCHE.....	7
ARTICLE 7 : DELAIS D'EXECUTION	7
ARTICLE 8 : PENALITE DE RETARD	7
ARTICLE 9 : VARIATION ET CARACTERE GENERAL DES PRIX	8
ARTICLE 10 : RECEPTION DES PRESTATIONS.....	8
ARTICLE 11 : MODALITÉS DE PAIEMENT ET DE RÈGLEMENT.....	9
ARTICLE 12 : COMITE DE SUIVI D'EXÉCUTION DU MARCHE	9
ARTICLE 13 : ARRET DE L'EXECUTION DU MARCHE	9
ARTICLE 14 : MODIFICATION DES PRESTATIONS EN COURS D'EXECUTION	9
ARTICLE 15 : PROPRIETE DE L'ETUDE ET DROIT DE REPRODUCTION DES RESULTATS.....	9
ARTICLE 16 : NANTISSEMENT.....	10
ARTICLE 17 : ASSURANCES - RESPONSABILITÉ.....	10
ARTICLE 18 : ÉLECTION DU DOMICILE DU PRESTATAIRE	10
ARTICLE 19 : SOUS-TRAITANCE	100
ARTICLE 20 : ENGAGEMENT DU MAITRE D'OUVRAGE	11
ARTICLE 21 : OBLIGATIONS DU TITULAIRE	11
ARTICLE 22 : RESPONSABILITES DU TITULAIRE	12
ARTICLE 23 : MOYENS HUMAINS A METTRE EN ŒUVRE :.....	12
ARTICLE 24 : SECRET PROFESSIONNEL.....	122
ARTICLE 25 : CONDITIONS DE RÉSILIATION DU MARCHÉ	12
ARTICLE 26 : DROITS DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT	13
ARTICLE 27 : RÉCEPTION PROVISOIRE ET DEFINITIVE.....	13
ARTICLE 28 : LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA CORRUPTION ET CONFLIT D'INTÉRÊT	13
ARTICLE 29 : RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS ET LITIGES.....	13
CHAPITRE II : SPECIFICATIONS TECHNIQUES	13
ARTICLE 30 : CONTEXTE DE LA PRESTATION ET OBJECTIFS GLOBAUX	13
ARTICLE 31 : OBJECTIFS SPECIFIQUES	14
ARTICLE 32 : CONSISTANCE DES PRESTATIONS	15
Phase0 : Cadrage et initialisation : Rapport d'Etablissement/ Document de cadrage	15
Phase 1 : Diagnostic de l'existant	15

Etat des lieux et expression des besoins de communication Interne et Externe :	15
Phase 2 : Élaboration de la stratégie de communication du Conseil	16
1. Champ et dimensions de la stratégie de Communication :	16
2. Positionnement du Conseil :	17
3. Définition des objectifs de communication :	17
4. Définition des Cibles de communication :	17
Phase 3 : Proposition des moyens de communication adaptés et des outils à mettre en place	17
ARTICLE 33 : LIVRABLES	17
ARTICLE 34 : LANGUE D'ETABLISSEMENT DES LIVRABLES	18
ARTICLE 35 : BORDEREAU DU PRIX GLOBAL ET DECOMPOSITION DU MONTANT GLOBAL	18

APPEL D'OFFRES OUVERT N° 13/CSEFRS/2016

Conclu par appel d'offres ouvert en application des dispositions de l'article 1 et du décret n°2.12.349 relatif aux marchés publics

ENTRE

Le **Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la Recherche Scientifique**, représenté par son Président, désigné ci-après par « l'Administration » ou « le Maître d'Ouvrage ».

D'une part :

ET :

Monsieur, Qualité..... ;

Agissant en vertu des pouvoirs qui lui sont conférés au nom et pour le compte de :

Inscrit au registre de commerce de sous le n° :

Inscrit au rôle de la patente de sous le n° :

Identification fiscale sous le n° :

Affilié à la CNSS sous le n° :

Titulaire du compte bancaire n° : Ouvert à la banque Agence

Faisant élection de domicile à :

Désigné ci-après par « Le Titulaire »

D'autre part

IL A ETE ARRETE ET CONVENU CE QUI SUIV

CHAPITRE I-CLAUSES ADMINISTRATIVES

ARTICLE 1 : OBJET DU MARCHÉ

Le présent marché d'étude a pour objet « l'élaboration d'une stratégie de communication pour le compte du Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la Recherche Scientifique ».

ARTICLE 2 : CONSISTANCE DES PRESTATIONS

Le présent projet a comme finalité l'élaboration d'une stratégie de Communication définissant notamment les objectifs, les cibles, les axes de communication, et les moyens et outils de mise en œuvre et de suivi de la stratégie établie.

À ce titre, le titulaire s'engagera à réaliser les prestations désignées ci-après, faisant l'objet d'un lot unique, subdivisé en 4 phases :

- Phase 0 : Initialisation et cadrage
- Phase n°1 : Diagnostic de l'état actuel de la communication ;
- Phase n°2 : Élaboration de la stratégie de communication du Conseil ;
- Phase n°3 : Proposition des moyens de communication adaptés et des outils à mettre en place.

Les spécifications et les détails de ces prestations sont définis au niveau du chapitre relatif au cahier des prescriptions techniques.

ARTICLE 3 : RÉFÉRENCES AUX TEXTES GÉNÉRAUX APPLICABLES AU MARCHÉ

Le titulaire du marché est soumis aux dispositions des textes suivants :

- La loi n°105-12 portant organisation du Conseil promulguée par le dahir n° 1-14-111 du 16 rejeb 1435 (16 Mai 2014) ;
- Le règlement des achats du Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la Recherche Scientifique ;
- Le dahir du 19 Février 2015 relatif au nantissement des marchés publics ;
- Le dahir n°1-56-211 du 11 Décembre 1956 relatif aux garanties pécuniaires des soumissionnaires et adjudicataires des marchés publics ;
- Le dahir n° 1-03-194 du 14 Rajeb 1424(11 septembre 2003) portant promulgation de la loi n°65-99 relative au code du travail ;
- Le Décret n° 2-12-349 du 8 jomada Ier 1434 (20 mars 2013) relatif aux marchés publics fixant les conditions et les formes de passation des marchés de l'État ainsi que certaines règles relatives à leur gestion et à leur contrôle ;
- Le décret n° 2-99-1087 du 04 Mai 2000 approuvant le cahier des clauses administratives générales applicables aux marchés de travaux exécutés pour le compte de l'État ;
- Le décret royal n° 330-66 du 10 moharrem 1387 (21 avril 1967) portant règlement général de la comptabilité publique tel qu'il a été modifié et complété ;

- Le décret n° 2-03-703 du 18 ramadan 1424 (13 novembre 2003) relatif aux délais de paiement et aux intérêts moratoires en matière de marchés de l'État ;
- Circulaire n° 72/CAB du 26 novembre 1992 d'application du Dahir n°1-56-211 du 11 décembre 1956, relatif aux garanties pécuniaires des soumissionnaires et adjudicataires de marchés publics ;
- Tous les textes législatifs et réglementaires concernant l'emploi, les salaires de la main d'œuvre, particulièrement le décret royal n° 2.73.685 du 12 Kaada 1393 (08 Décembre 1973) portant revalorisation du salaire minimum dans l'industrie, le commerce, les professions libérales et l'agriculture ;
- Tous les textes réglementaires ayant trait aux marchés de l'État rendus applicables à la date de signature du marché.

Le titulaire 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 4 : DOCUMENTS CONSTITUTIFS DU MARCHÉ

Conformément aux dispositions de l'article 4 du CCAG-EMO, les documents constitutifs du marché sont ceux énumérés ci-après :

1. L'acte d'engagement ;
2. Le présent cahier des prescriptions spéciales (CPS) ;
3. L'offre technique ;
4. Bordereau du prix global ;
5. La décomposition du montant global ;
6. Le Cahier des Clauses Administratives Générales, applicable aux marchés de services portant sur les prestations d'études et de maîtrise d'ouvrage passés pour le compte de l'État (CCAGEMO).

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 5 : CAUTIONNEMENT ET RETENUE DE GARANTIE

- Le cautionnement provisoire est fixé à la somme de quinze mille dirhams (15.000,00 DH).
- Le cautionnement définitif est fixé à 3 % du montant total du marché. Il doit être constitué dans les trente (30) jours qui suivent la notification de l'approbation du marché.
- Aucune retenue de garantie ne sera prélevée sur les acomptes payés au prestataire par dérogation à l'article 13 du CCAG-EMO.

ARTICLE 6 : VALIDITÉ ET DÉLAI DE NOTIFICATION DE L'APPROBATION DU MARCHÉ

Le présent appel d'offre ne sera valable, définitif et exécutoire qu'après notification de son approbation par l'autorité compétente.

L'approbation du marché doit intervenir avant tout commencement d'exécution des prestations objet du marché. Elle doit être notifiée à l'attributaire dans un délai maximum de soixante-quinze (75) jours à compter de la date fixée pour l'ouverture des plis.

Si la notification de l'approbation n'est pas intervenue dans ce délai, l'attributaire est libéré de son engagement vis-à-vis du maître d'ouvrage.

Toutefois, lorsque le maître d'ouvrage décide de demander à l'attributaire de proroger la validité de son offre, il doit avant l'expiration du délai visé à l'alinéa premier ci-dessus, lui proposer par lettre recommandée avec accusé de réception, par fax confirmé ou tout autre moyen de communication donnant date certaine, de maintenir son offre pour une période supplémentaire ne dépassant pas trente (30) jours. L'attributaire doit faire connaître sa réponse avant la date limite fixée par le maître d'ouvrage.

ARTICLE 7 : DELAIS D'EXECUTION

Le délai d'exécution global du présent projet est fixé à quatre-vingt-dix (90 jours), hors les délais de validation des travaux par le maître d'ouvrage, ainsi que les délais de reprise des livrables par le titulaire en cas de modifications ou d'améliorations. Toutefois, les délais partiels d'exécution des prescriptions relatives aux différentes phases sont fixés comme suit :

- Phase 0 : l'élaboration du rapport d'établissement est fixé à dix jours **(10 jours)** ;
- Le délai d'exécution de la phase n°1 relative au diagnostic de l'existant est fixé à vingt jours **(20 jours)** ;
- Le délai d'exécution de la phase n°2 relative à l'élaboration de la stratégie de communication du Conseil est fixé à quarante jours **(40 jours)** ;
- Le délai d'exécution de la phase n°3 relative à la proposition des moyens de communication adaptés et des outils à mettre en place est fixé à vingt jours **(20 jours)**.

Ces délais commencent à courir à compter du lendemain de la date de notification de l'ordre de service prescrivant le commencement de l'exécution des prestations.

Le délai d'exécution de chacune des phases ne prend pas en compte les délais que se réserve le maître d'ouvrage pour la validation des rapports correspondants.

ARTICLE 8 : PENALITE DE RETARD

À défaut d'avoir terminé les prestations dans les délais prescrits, il sera appliqué au titulaire une pénalité par jour calendaire de retard de 1‰ (un pour mille) du montant du marché modifié ou complété éventuellement par les avenants.

Cette pénalité sera appliquée de plein droit et sans mise en demeure sur toutes les sommes dues au prestataire.

L'application de ces pénalités ne libère en rien le prestataire 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 modifié ou complété éventuellement par des avenants.

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 : VARIATION ET CARACTERE GENERAL DES PRIX

a- Caractère des prix :

Les prix de l'appel d'offres doivent être établis en dirhams et comprenant le bénéfice ainsi que tout droit, impôts, taxes, frais généraux, faux frais et, d'une façon générale, toutes les dépenses qui sont la conséquence nécessaire et directe des prestations.

Ces prix doivent également être considérés comme forfaitaires et tiennent compte de l'ensemble des prestations auxquelles ils s'appliquent, non seulement telles que ces dernières sont définies dans le présent document, mais encore telles qu'elles seront exécutées pour aboutir aux documents et autres livrables à remettre par le Titulaire.

Ils tiennent compte également de tous les frais nécessaires pour le transport, l'hébergement et les missions de l'ensemble du personnel employé par le Titulaire ainsi que des frais de bureau et autres entraînés par l'exécution des prestations.

b- Nature des prix :

Les prix sont fermes et non révisable

ARTICLE 10 : RECEPTION DES PRESTATIONS

À l'issue de chaque phase, le maître d'ouvrage procède à l'appréciation des livrables produits par le titulaire et ce conformément aux dispositions de l'article 47 du CCAG-EMO.

Le maître d'ouvrage disposera d'un délai de trente (30) jours pour valider les livrables de chaque phase, chaque délai est décompté à partir de la date de la remise, par le titulaire, desdits livrables.

Durant le délai susvisé, le Conseil doit :

- Soit accepter les documents et rapports sans réserve ;
- Soit inviter le titulaire à procéder à des corrections ou améliorations pour rendre le document ou rapport conforme aux exigences du marché découlant de cet appel d'offres et ce, dans un délai de 15 jours à compter de la date de notification par écrit des remarques soulevées par le Comité de suivi ;
- Soit, le cas échéant, prononcer un refus motivé du document ou rapport pour insuffisance grave dûment justifiée. En cas de refus, le titulaire est tenu de soumettre au maître d'ouvrage un nouveau document ou rapport dans un délai de 15 jours.

La procédure décrite ci-dessus est réitérée seulement deux fois et ce, sans préjudice de l'application éventuelle des dispositions de l'article 47 du CCAG-EMO.

Dans tous les cas, les frais de reprise du document ou rapport sont entièrement à la charge du titulaire. En cas d'acceptation du document ou rapport, le maître d'ouvrage prononce son approbation et ordonne au titulaire d'exécuter les prestations suivantes.

Les délais que se réserve le maître d'ouvrage pour approuver les documents ou rapports et les délais de modification ou d'amélioration ne sont pas compris dans le délai d'exécution du marché.

ARTICLE 11 : MODALITÉS DE PAIEMENT ET DE RÈGLEMENT

Le paiement des prestations fournies par le prestataire sera effectué comme suit :

- 10 % du montant du marché à la réception provisoire du rapport d'établissement (phase 0) ;
- 20 % du montant du marché à la réception provisoire des livrables de la phase 1 ;
- 50 % du montant du marché à la réception provisoire des livrables de la phase 2 ;
- 20 % du montant du marché à la réception provisoire des livrables de la phase 3.

Le paiement sera effectué par virements bancaires au compte du Titulaire sur production de factures établies en cinq (5) exemplaires portant la signature du Titulaire.

Ces pourcentages de paiement doivent être respectés dans le bordereau des prix détail estimatif.

ARTICLE 12 : COMITE DE SUIVI D'EXÉCUTION DU MARCHÉ

Le maître d'ouvrage instituera un comité de suivi qui sera chargé du suivi de l'étude et de l'examen des questions essentielles qui demanderaient éventuellement d'être tranchées pendant la réalisation de l'étude.

Le comité de suivi aura également pour tâche de

- Examiner et approuver les livrables de l'étude qui seront remis au maître d'ouvrage par le prestataire.
- Coordonner avec le prestataire de services ;
- Orienter ses travaux et suivre leur état d'avancement à travers les réunions de mise au point qui seront convenues au long du projet, afin de valider les livrables et vérifier le respect du planning de réalisation des actions prévues dans le cadre du marché.

ARTICLE 13 : ARRET DE L'EXECUTION DU MARCHÉ

Le maître d'ouvrage peut ordonner la cessation de l'exécution du marché à tout moment, conformément à l'article 28 du CCAG-EMO.

ARTICLE 14 : MODIFICATION DES PRESTATIONS EN COURS D'EXECUTION

Au cours de l'exécution du marché, le maître d'ouvrage peut, après consultation du Titulaire, apporter des modifications au marché initial, sans changer l'objet, conformément à l'article 36 du CCAG-EMO.

ARTICLE 15 : PROPRIETE DE L'ETUDE ET DROIT DE REPRODUCTION DES RESULTATS

Les documents, les rapports réalisés au titre du présent marché, les documents mis à la disposition du Titulaire, ainsi que les livrables et les différents documents produits au cours des différentes phases sont la propriété du Maître d'ouvrage.

Le Maître d'ouvrage se réserve, sans aucune redevance ni restriction, le droit exclusif de disposer des résultats de l'étude pour ses besoins propres ainsi que pour ceux des collectivités et organismes auxquels elle jugera bon de confier la mise en œuvre des solutions dégagées par l'étude.

ARTICLE 16 : NANTISSEMENT

Dans l'éventualité d'une affectation en nantissement, il sera fait application des dispositions du dahir du 19 Février 2015 relatif au nantissement des marchés publics, étant précisé que :

1°) la liquidation des sommes dues par l'administration en exécution du présent marché sera opérée par les soins du **Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la recherche Scientifique** ;

2°) la personne chargée de fournir au titulaire du marché ainsi qu'au bénéficiaire des nantissemements ou subrogations les renseignements et états prévus à l'article 8 du dahir du 19 Février 2015, est Monsieur **le Président du Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la Recherche Scientifique** ;

3°) les paiements prévus au présent marché seront effectués par **l'Agent Comptable du Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la Recherche Scientifique**, seul qualifié pour recevoir les significations des créanciers du titulaire du présent marché.

Le maître d'ouvrage délivre sans frais, au prestataire, sur sa demande et contre récépissé, un exemplaire spécial du marché portant la mention "Exemplaire unique" et destiné à former titre conformément aux dispositions du dahir du 19 Février 2015, relatif au nantissement des marchés publics.

Les frais de timbre et éventuellement d'enregistrement de l'original du marché et de l'exemplaire unique remis au prestataire sont à la charge de ce dernier.

ARTICLE 17 : ASSURANCES - RESPONSABILITÉ

Le prestataire doit adresser au maître d'ouvrage, avant tout commencement des prestations, les attestations délivrées par les établissements d'assurances justifiant la souscription des polices d'assurances pour couvrir tous les risques inhérents à la réalisation du marché et ce, conformément aux dispositions de l'article 20 du CCAG-EMO, tel qu'il a été modifié et complété et approuvé par le décret n° 02-05-1433 du 6 dou al kaâda 1426 (28 décembre 2005).

ARTICLE 18 : ÉLECTION DU DOMICILE DU PRESTATAIRE

Le titulaire doit se conformer à l'article 17 du C.C.A.G-EMO. En cas de changement de domicile, le prestataire est tenu d'en aviser le maître d'ouvrage dans un délai de quinze (15) jours suivant ce changement.

ARTICLE 19 : SOUS-TRAITANCE

La sous-traitance s'effectuera en application de l'article 158 du décret n° 2.12.349 du 8 joumada Ier 1434 (20 mars 2013), relatif aux marchés publics.

Si le prestataire 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 prestations et l'identité, la raison ou la dénomination sociale et l'adresse 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 sous-traitants doivent satisfaire aux conditions requises des concurrents conformément aux dispositions de l'article 24 du décret n° 2-12-349 du 20 mars 2013, relatif aux marchés publics.

Le corps d'état principal de ce marché est l'élaboration de la stratégie de Communication du Conseil établissant l'état des lieux de la communication du Conseil, les objectifs de la communication, les cibles et les différentes actions à déployer à court et moyen termes, ainsi que les différents outils de mise en œuvre, d'évaluation et de mesure d'efficacité du plan de communication global.

Les prestations suivantes ne peuvent être sous- traitées :

- Le cadrage du projet ;
- L'élaboration de la stratégie de communication du Conseil ;
- La déclinaison de la stratégie de communication élaborée.

Les sous-traitants doivent satisfaire aux conditions requises des concurrents à l'article 24 du décret 2-12349 du 20 mars 2013, relatif aux marchés publics.

ARTICLE 20 : ENGAGEMENT DU MAITRE D'OUVRAGE

Le maître d'ouvrage s'engage à :

- Mettre à la disposition du titulaire toute la documentation et en général toutes les informations nécessaires au bon déroulement de la mission objet du présent appel d'offres ;
- Faciliter la prise de contact avec les entités internes du CSEFRS et la programmation des réunions de travail ;
- Veiller à la qualité du déroulement opérationnel de la mission et aider le Titulaire à prendre en compte les contraintes spécifiques du projet au cours des différentes réflexions menées ;
- Examiner les livrables soumis par le Titulaire, donner son avis et déclarer la réception provisoire et définitive des prestations du marché.

ARTICLE 21 : OBLIGATIONS DU TITULAIRE

Le Titulaire exécutera les prestations et remplira ses obligations avec la plus grande diligence, efficacité et économie, selon les techniques et pratiques généralement acceptées et utilisées dans les projets similaires et selon les normes professionnelles reconnues par les organisations professionnelles internationales.

Dans le cadre de l'exécution du présent marché, le Titulaire s'engage à :

- Fournir les ressources professionnelles nécessaires et les affecter aux prestations prévues dans les délais contractuels arrêtés ;
- Tenir compte des différentes observations et remarques des membres du comité de suivi ;
- Fournir les outils et les documents méthodologiques liés à l'objet contractuel et établir tous les procès-verbaux des réunions qui seront tenues tout au long de l'exécution du marché ;
- Transmettre au conseil des comptes rendus réguliers sur l'état d'avancement des travaux ;
- Préparer des séances d'informations et de présentation de la mission des résultats et ce, à la demande du conseil ;
- Exécuter son travail dans les règles de l'art, selon les normes et standards professionnels les plus élevés ;
- Respecter les lois et règlements en vigueur.
- Le Titulaire signalera au Maître d'ouvrage tous les éléments qui lui paraîtraient de nature à compromettre la bonne exécution des prestations.

ARTICLE 22 : RESPONSABILITES DU TITULAIRE

Le Titulaire est entièrement responsable de ses prestations, conformément aux usages de la profession, aux dispositions de la loi et de la jurisprudence ainsi que des conséquences dommageables qui pourraient résulter du fait de l'exécution non conforme ou incomplète de ses prestations.

ARTICLE 23 : MOYENS HUMAINS À METTRE EN ŒUVRE :

Le Titulaire s'engage à affecter au projet une équipe de haut niveau, ayant une expérience confirmée dans des prestations similaires. Cette équipe devra comporter :

- Un spécialiste en matière de communication institutionnelle, chef de mission disposant d'une expérience de dix (10) ans au moins ;
- Un spécialiste de la communication interne ;
- Un spécialiste des médias et des relations presse ;
- Un spécialiste de la communication digitale.

Cette équipe doit en outre disposer de :

- Connaissance des questions de l'éducation, de la formation et de la recherche scientifique sur le plan national. Une connaissance des pratiques internationales serait un plus ;
- Expérience des événements publics nationaux et internationaux.

Les membres de l'équipe projet agréés par le Maître d'ouvrage au début du projet ne peuvent être remplacés par de nouveaux membres qu'après accord écrit de celui-ci (Maître d'ouvrage). Si pour des raisons indépendantes de la volonté du Titulaire, il s'avère nécessaire de remplacer un des membres du personnel, le Titulaire fournira une personne de qualification égale ou supérieure qui doit recevoir l'approbation du Maître d'ouvrage.

Si le Maître d'Ouvrage n'est pas satisfait de la performance d'un membre de l'équipe ou découvre qu'un des membres du personnel s'est rendu coupable d'un manquement sérieux, le Titulaire devra, sur demande du Maître d'Ouvrage, fournir dans un délai de huit (8) jours au maximum, un remplaçant dont les qualifications et l'expérience seront soumises à l'approbation du Maître d'Ouvrage.

ARTICLE 24 : SECRET PROFESSIONNEL

Le Titulaire et son personnel sont tenus au secret professionnel pendant toute la durée du marché et après son achèvement sur les renseignements et documents recueillis ou portés à leur connaissance à l'occasion de l'exécution du marché. Sans autorisation préalable du conseil, ils ne peuvent communiquer à des tiers la teneur de ces renseignements et documents ; de plus, ils ne peuvent en faire un usage préjudiciable à l'Administration des renseignements qui leur sont fournis pour accomplir leur mission.

ARTICLE 25 : CONDITIONS DE RÉSILIATION DU MARCHÉ

La résiliation du marché peut être prononcée dans les conditions et modalités prévues par l'article 159 du décret du 20 mars 2013, relatif aux marchés publics et celles prévues au CCAG-EMO.

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 titulaire, le Président du Conseil, sans préjudice des poursuites judiciaires et des sanctions dont le titulaire 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 : DROITS DE TIMBRE ET D'ENREGISTREMENT

Les frais de timbre et d'enregistrement sont à la charge du titulaire du marché.

ARTICLE 27 : RÉCEPTION PROVISOIRE ET DEFINITIVE

À l'achèvement des prestations et en application de l'article 47 du CCAG-EMO, le maître d'ouvrage s'assure en présence du prestataire de la conformité des prestations aux spécifications techniques du marché et prononcera la réception provisoire partielle après chaque phase et établira un procès-verbal de réception provisoire partielle afférent à cette phase.

Conformément aux stipulations de l'article 49 du CCAG-EMO, il sera procédé à la réception définitive qui sera prononcée au même moment que la dernière réception provisoire partielle, après que le maître d'ouvrage se soit assuré que les anomalies ou les imperfections éventuelles ont été réparées par le prestataire de services.

ARTICLE 28 : LUTTE CONTRE LA FRAUDE ET LA CORRUPTION ET CONFLIT D'INTÉRÊT

Le prestataire ne doit pas recourir par lui-même ou par personne interposée à des pratiques de fraude ou de corruption des personnes qui interviennent, à quelque titre que ce soit, dans les différentes procédures de passation, de gestion et d'exécution du marché.

Le prestataire 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 l'exécution du présent marché.

ARTICLE 29 : RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS ET LITIGES

En cas de contestation entre le Conseil et le titulaire, il sera fait recours à la procédure prévue par le C.C.A.G-EMO.

CHAPITRE II : SPECIFICATIONS TECHNIQUES

ARTICLE 30 : CONTEXTE DE LA PRESTATION ET OBJECTIFS GLOBAUX

Le Conseil Supérieur de l'Éducation, de la Formation et de la Recherche Scientifique est une institution consultative qui a pour principales missions de donner avis sur toutes les questions d'intérêt national liées aux domaines de l'éducation, de la formation et de la recherche scientifique ; de faire des propositions à même de contribuer au rehaussement de la qualité du système éducatif et de contribuer

à l'évaluation des politiques publiques dans ces domaines.

Il a également pour vocation de servir de creuset à la réflexion stratégique sur les questions relevant de son champ de compétence et d'espace pluriel de débat et de mobilisation autour de l'école marocaine.

A ce titre, le Conseil souhaite adopter une stratégie de communication à même de :

- Asseoir et consacrer sa notoriété en tant qu'institution phare pour le développement de notre système éducatif tout en veillant à le distinguer clairement des départements publics en charge de l'éducation, de la formation et de la recherche scientifique ;
- Donner de la visibilité à son action en en mettant en exergue la plus-value ;
- Faire connaître l'aboutissement de ses travaux et projets auprès des principaux concernés : acteurs éducatifs, familles, partenaires institutionnels, acteurs politiques et civils et médias ;
- Mobiliser l'ensemble de ces acteurs autour du chantier de mise à niveau continue de l'École marocaine ;
- Pouvoir induire, à terme, un changement d'attitude chez le citoyen marocain vis-à-vis de son École et donner lieu à un regain de confiance en son efficacité.

Les enjeux du Conseil en matière de communication ne se limitent pas à sa communication externe, mais concernent sa communication interne également. Eu égard aux spécificités de l'institution, de ses missions, de sa composition plurielle et de son organisation fonctionnelle, un certain nombre d'objectifs sont également à réaliser à ce niveau, à savoir :

- Mettre en place des procédures et des canaux de communication à même de favoriser l'échange d'information entre les structures techniques et administratives du Conseil, et entre celles-ci et les organes du Conseil ;
- Renforcer le sens de l'appartenance chez les cadres comme chez les membres afin de garantir leur adhésion aux causes et projets du Conseil.

Par ailleurs, le Conseil a élaboré, en 2015, une « Vision stratégique de la réforme 2015-2030 pour une École de l'équité, de la qualité et de la promotion », qui, comme son nom l'indique, constitue une feuille de route pour la réforme de l'école marocaine sur les quinze années à venir. La stratégie de communication escomptée devra pouvoir dire comment communiquer autour des grands projets de cette Vision, avec qui communiquer et avec quels moyens.

Il y a lieu de signaler, enfin, que le Conseil a mené, depuis sa réactivation en 2013, des actions de communication de nature plutôt conjoncturelle, qui se sont déployées avec plus ou moins de succès auprès des acteurs pédagogiques, des médias et sur le web, notamment. Cependant, l'impact réel de ces actions n'a jamais été proprement évalué.

ARTICLE 31 : OBJECTIFS SPECIFIQUES

À travers ce marché, le Conseil vise à atteindre les objectifs suivants :

- Établir un diagnostic détaillé de la communication (interne et externe) entreprise par lui ;
- Déterminer le besoin en termes de communication auprès des collaborateurs internes et externes et identifier les problèmes à résoudre par la communication ;
- Identifier et hiérarchiser les cibles de communication ;
- Analyser les facteurs macro dans lesquels le Conseil évolue et identifier les enjeux communicationnels auxquels il doit faire face.

ARTICLE 32 : CONSISTANCE DES PRESTATIONS

Le présent marché d'étude a comme finalité l'élaboration d'une stratégie globale définissant, pour une période de 5 ans, les cibles, le positionnement institutionnel du Conseil, les axes de communication, les moyens et les outils de mise en œuvre et de suivi de la stratégie.

À ce titre, le prestataire s'engagera à réaliser les prestations désignées ci-après, faisant l'objet d'un lot unique subdivisé en trois phases :

- Phase 0 : Cadrage et initialisation : Élaboration du rapport d'établissement
- Phase 1 : Diagnostic de l'existant ;
- Phase 2 : Élaboration de la stratégie de communication globale du Conseil, avec proposition de deux scénarios ;
- Phase 3 : Proposition des moyens de communication adaptés et des outils à mettre en place.

Phase 0 : Cadrage et initialisation : Rapport d'Établissement/ Document de cadrage

Le prestataire doit présenter un document de cadrage décrivant toutes les modalités pratiques et organisationnelles relatives à la conduite du projet. Il contiendra notamment les éléments suivants :

- L'approche méthodologique pour la réalisation des prestations demandées ;
- Le périmètre du projet (domaines, dimensions, enquêtes, secteurs, institutions, axes, ...) ;
- La liste des documents à étudier ;
- L'organisation du déroulement de l'étude, notamment :
 - La démarche adoptée pour l'élaboration de la stratégie ;
 - La méthodologie proposée pour la collecte et l'analyse des données ;
 - Le calendrier de réalisation ;
 - Les outils et moyens à mettre en œuvre ;
 - Les livrables ;
 - Les outils de suivi et de coordination ;
 - La structure de gouvernance du projet : Équipes projet, mode de pilotage, rôles des intervenants, responsabilités, chronogramme, ...

Le document de cadrage devra être actualisé, en concertation avec le maître d'ouvrage, chaque fois que nécessaire pour accompagner l'évolution du projet.

Phase 1 : Diagnostic de l'existant

État des lieux et expression des besoins de communication Interne et Externe :

Selon la démarche de travail choisie, le prestataire sera amené à effectuer des entretiens, des rencontres et des réunions avec la Présidence du Conseil, le Secrétariat Général, l'Instance Nationale d'Évaluation et d'autres organes et/ou entités. Il sera également amené à sonder quelques partenaires et destinataires des travaux du Conseil. Cette approche aura notamment pour objectifs de :

- Diagnostiquer l'activité de Communication du Conseil : analyser et évaluer les pratiques, les moyens techniques et les outils existants (efficacité, impact, coût,...) ;
- Identifier les points forts (les acquis) et faibles ;
- Déterminer les attentes et les besoins en termes de Communication ;
- Identifier les problèmes à résoudre par la communication et définir les grands leviers sur lesquels reposera la stratégie de communication (synthèse).

Phase 2 : Élaboration de la stratégie de communication du Conseil

La stratégie de communication qui sera proposée par le prestataire doit :

- structurer et coordonner les différentes actions et supports de communication qui seront mis en œuvre, et faire figurer en amont une vision globale de l'ensemble des actions déployées durant les 5 années à venir ;
- définir précisément les éléments constitutifs de la stratégie proposée ;
- proposer les ajustements des priorités stratégiques en matière de communication (par rapport aux moyens de communications, aux axes, aux outils,...)
- Proposer les types et modes de communication prioritaires à adopter par le Conseil qui seront déclinables en plan d'action.

1. Champ et dimensions de la stratégie de Communication :

Afin d'atteindre les objectifs du présent projet, le concept de la communication doit être pris au sens large, en prenant en compte ses deux dimensions, interne et externe, dans la future stratégie :

- La dimension interne qui garantit un flux efficace d'information à destination des membres et du personnel, et entre ceux-ci, afin d'obtenir leur adhésion aux missions et objectifs stratégiques du Conseil.
- La dimension externe qui :
 - Met l'accent sur les travaux et la valeur ajoutée du Conseil dans le système de l'éducation, de la formation et de la recherche scientifique ;
 - Crée, maintient et développe des liens forts entre le Conseil et ses différents publics cibles (les acteurs éducatifs, la société civile, les médias...) ;
 - Soutient et développe des relations de travail étroites du Conseil avec les institutions en charge, de près ou de loin, du projet de la réforme de l'École (partenariat /institutionnel).

Ainsi, les principes fondamentaux suivants doivent être pris en considération, notamment :

- la cohérence : la communication doit être cohérente avec les différentes orientations stratégiques du Conseil ;
- l'intégration et la complémentarité : la stratégie établie doit faire appel à un mix de communications créant une complémentarité et une synergie entre les moyens et outils adoptés, permettant de former un ensemble homogène et cohérent ;
- la proximité : la stratégie doit instaurer les bases d'une communication de proximité, touchant de plus près les différentes cibles ;
- la déclinabilité : la communication doit être déclinable sur les dimensions interne et externe, en s'adaptant parfaitement aux contraintes de chacune d'entre elles ;
- l'acceptabilité interne : la communication établie doit obtenir l'adhésion des différents collaborateurs internes, afin d'asseoir les bases d'une communication efficace et performante.

Afin d'avoir une vision claire sur les éléments constitutifs de la stratégie, et sur la base de l'analyse détaillée réalisée sur l'environnement (interne et externe) dans lequel évolue la fonction de communication du Conseil, ainsi que de la prise en compte des attentes et des besoins soulevés en interne et en externe, le prestataire doit définir avec précision les éléments suivants :

2. Positionnement du Conseil :

Le prestataire doit proposer le positionnement futur du Conseil, qui devrait avoir un effet positif tangible sur la promotion de son image de marque, en tant qu'acteur majeur dans le processus de suivi de la mise en œuvre de la réforme de l'école marocaine.

Ce positionnement doit aussi se refléter au niveau des éléments de la stratégie de communication et être déclinable au niveau des outils et des supports du plan d'action de communication.

3. Définition des objectifs de communication :

Afin d'élaborer une stratégie de communication efficiente et cohérente, le prestataire doit définir clairement les objectifs de communication visés à court, moyen et long termes.

4. Définition des Cibles de communication :

Afin d'opter pour des moyens de communication adaptés aux besoins des cibles concernées, le prestataire doit identifier et classer les cibles et les e-cibles selon leur degré d'importance et d'impact. Il est aussi requis du prestataire, en sus de l'identification des objectifs à atteindre auprès de chaque cible, de déterminer clairement leur motivation, leurs attentes et les freins à leur adhésion aux projets et missions du Conseil.

Phase 3 : Proposition des moyens de communication adaptés et des outils à mettre en place

Sur la base de la stratégie globale proposée par le prestataire de service, il lui est demandé d'élaborer une proposition de moyens de communication et d'outils à mettre en place à court, moyen et long termes. Ces moyens doivent répondre aux besoins et attentes en termes de communication interne et externe, de pallier aux insuffisances et dysfonctionnements soulevés lors du diagnostic et de concrétiser la stratégie de communication établie. Lors de cette phase, il est demandé au prestataire d'élaborer :

- une cartographie de la communication, avec ses publics cibles, ses canaux possibles ainsi que les outils qui correspondent au contexte externe et interne du Conseil ;
- une hiérarchisation des canaux de communication (médias traditionnels, médias web, hors médias traditionnels, hors médias web) ;
- les stratégies concernant chaque moyen proposé par le prestataire (stratégie médias, stratégie web) ;
- Le prestataire doit intégrer dans la stratégie le volet gestion de la communication du Conseil, en l'occurrence l'adéquation des ressources humaines, budgétaires et techniques aux objectifs prioritaires de la stratégie de communication.

ARTICLE 33 : LIVRABLES

1. Rapport d'établissement : Rapport détaillé, avec synthèse, décrivant minutieusement la méthodologie à suivre, le planning daté comportant les différentes étapes de réalisation du projet, avec les outils et supports documentaires à utiliser.
2. Rapport détaillé, avec synthèse, décrivant clairement l'état des lieux en termes d'outils et de moyens de communication utilisés, les points forts et faibles à développer, ainsi que les attentes et besoins au niveau de la communication interne et externe.
3. Rapport détaillé, avec synthèse, sur la stratégie de communication du Conseil, suite au diagnostic.

4. Rapport détaillé des moyens, canaux et supports de communication à mettre en place par le Conseil.

Les livrables pour chaque phase, établis en dix (10) exemplaires et en support numérique, doivent faire l'objet d'une séance de présentation en format Power Point devant le comité de suivi, qui lui fera part de ses avis et observations.

ARTICLE 34 : LANGUE D'ETABLISSEMENT DES LIVRABLES

Tous les documents intermédiaires et les livrables présentés par le titulaire doivent être établis en langue française.

ARTICLE 35 : BORDEREAU DU PRIX GLOBAL ET DECOMPOSITION DU MONTANT GLOBAL

BORDEREAU DU PRIX GLOBAL

N° de prix	Désignation de la prestation	Prix forfaitaire
	Élaboration de la stratégie et de communication du CSEFRS	
TOTAL HORS TAXES		
TVA 20%		
TOTAL TTC		

DECOMPOSITION DU MONTANT GLOBAL

N° de poste	Désignation de la prestation	Quantités forfaitaires	Prix forfaitaire hors TVA	Total hors TVA par poste
1	Phase 0 : Initialisation /Rapport d'établissement	10%		
2	Phase n° 1 : Diagnostic de l'existant	20%		
3	Phase n°2 : Élaboration de la stratégie de communication globale du Conseil, avec proposition de deux scénarios	50%		
4	Phase n°2 : Proposition des moyens de communication adaptés et des outils à mettre en place	20%		
TOTAL HORS TAXES				
TVA 20%				
TOTAL TTC				



Fait à..... le

(Signature et cachet du concurrent)

Cahier des Prescriptions Spéciales

Appel d'offres ouvert
N° 13/CSEFRS/2016

ELABORATION D'UNE STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LE COMPTE DU CONSEIL SUPERIEUR DE L'EDUCATION, DE LA FORMATION ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE

<p><u>PRESENTE PAR :</u></p> <p> Maryem LOUATI Chef d'Unité Communication nationale</p> <p>Rabat le.....</p>	<p><u>VALIDE PAR :</u></p> <p> Saïd RACHEK Directeur du Pôle Ressources</p> <p>Rabat le.....</p>
<p><u>LU ET ACCEPTE PAR</u></p> <p>Rabat le.....</p>	<p><u>SIGNE ET APPROUVE PAR :</u></p> <p>Rabat le.....</p>

