

Projet : « Appui au renforcement de la lutte contre la violence à l'égard des femmes et à la disponibilité et la qualité des services »

Appel à consultation relatif à la « Conception et réalisation des moyens et des supports de communication de la 16^{ème} Campagne Nationale de Lutte Contre la Violence à l'Égard des Femmes (CLCVEF) au titre de l'année 2018 »

1- CONTEXTE

La violence à l'égard des femmes constitue une violation des droits de la personne humaine et des libertés fondamentales et empêche partiellement ou totalement les femmes de jouir desdits droits et libertés. La gravité et la multiplicité des conséquences de ce phénomène à tous les niveaux (social, économique, psychologique), la complexité des parcours des victimes pour bénéficier d'un accompagnement et faire valoir leurs droits, nécessitent une réponse politique globale, illustrée à travers une cohésion entre toutes les initiatives gouvernementales et civiles et à travers l'intensification des efforts de toutes les institutions concernées.

Au niveau du Maroc, les années 1990 ont connu un processus de dénonciation de la violence fondée sur le genre et une dynamique de prise en charge des femmes victimes de violence. Cette dynamique a été à la fois institutionnelle et associative. De nombreuses réformes juridiques ont touché les domaines sensibles de la famille, du travail, de la nationalité ainsi que le code pénal en 2002. Ces réformes, qui ont été consolidées par la constitution de Juillet 2011 (articles 19 et 164), ont ouvert des perspectives de changements qualitatifs tant au niveau des rapports sociaux hommes-femmes qu'au niveau des droits des personnes et plus particulièrement ceux des femmes.

Ces initiatives ont été consolidées, également, par les deux Plans Gouvernementaux pour l'Égalité « ICRAAM 1 » 2012-2016 et ICRAAM 2 2017- 2021, par la loi relative à la traite des personnes et celle au travail domestique en 2016 ainsi que par l'adoption, en 14 février 2018, de la **loi 103.13 relative à la lutte contre la violence à l'égard des femmes**. Cette dernière loi présente une nouvelle étape dans le domaine de la protection des femmes et des filles au Maroc, en créant un cadre juridique pour la mise en place des mesures pour mettre fin aux violences faites aux femmes.

Dans le même sillage, et en vue de renforcer ses efforts en matière de promotion des droits des femmes et de lutte contre la violence à leur égard, le Ministère de la Famille, de la Solidarité, de l'Égalité et du Développement Social (MFSEDS), organise chaque année du 25 novembre au 25 décembre, la campagne nationale de sensibilisation à la lutte contre la violence à l'égard des femmes. Cette campagne vient renforcer l'engagement du Maroc à la célébration de la journée internationale pour l'élimination de la violence à l'égard des femmes et s'inscrit également dans les 16 journées d'activisme de la campagne mondiale sur la violence basée sur le genre.

Cette campagne, qui constitue une occasion pour sensibiliser, encadrer, engager et approfondir le dialogue à propos de la question de la violence à l'égard des femmes, sera portée par un appel clair et fort capable de véhiculer les objectifs suivants :

- Approfondir le débat sur le phénomène de la violence faite aux femmes et élaborer des propositions et des plans d'action pour aboutir à des solutions d'éradication dudit phénomène ;
- Mobiliser au niveau central et territorial tous les acteurs concernés pour réussir l'appel à la lutte contre la violence à l'égard des femmes
- Sensibiliser le grand public sur les conséquences néfastes du phénomène de la violence à l'égard des femmes, et ce, à travers des messages à forts impacts sur le comportement du public cible ;
- Mobiliser les associations de jeunes, les artistes, les sportifs et les personnalités publiques pour contribuer à la communication autour de ce fléau et de son impact sur le développement du pays;

- Identifier les besoins de chaque région ;
- Contribuer au renforcement des capacités des acteurs ;
- Analyser les pistes d'amélioration des systèmes d'information en lien avec la thématique.

Le programme de cette 16^{ème} campagne nationale et régionale de sensibilisation à la lutte contre la violence à l'égard des femmes, qui sera organisée par le Ministère (MFSEDS) en partenariat avec ses partenaires internationaux, nationaux, régionaux et locaux, comprendra, entre autres, la diffusion de spots publicitaires via la télévision, la radio et les réseaux sociaux, la présentation de l'approche adoptée par le ministère afin d'éradiquer ledit phénomène, et l'organisation de rencontres nationales et régionales, ainsi que d'autres activités similaires.

2- OBJECTIF LA PRESTATION :

Il s'agit d'accompagner le Ministère à travers la conception et la réalisation des moyens et des supports de communication de la 16^{ème} Campagne Nationale de Lutte Contre la Violence à l'Égard des Femmes (CLCVEF) au titre de l'année 2018.

Cette activité sera mise en œuvre dans le cadre du projet « Appui au renforcement de la lutte contre la violence à l'égard des femmes au Maroc et à la disponibilité et la qualité du service » mis en œuvre par le Ministère, l'UNFPA et la Coopération belge. Elle contribue ainsi à la réalisation de l'axe stratégique 1.1 du Produit 1 dudit projet « Appui aux campagnes nationale et régionales de sensibilisation sur la lutte contre la violence à l'égard des femmes ».

3- LIEU D'EXECUTION

Les prestations objet du présent appel à consultation seront réalisées au niveau des sept (07) villes suivantes : Rabat, Casablanca, Oujda, Tanger, Fès, Agadir et Salé¹.

4- CONSISTANCE DE LA PRESTATION

Le prestataire retenu pour la réalisation de cette prestation, travaillera tout au long du processus de sa mission, en étroite collaboration avec les représentants du Ministère, dans le cadre d'un comité de suivi et de validation.

Le prestataire devra respecter et s'aligner parfaitement avec les orientations et la vision du Ministère (messages, articulation avec les différentes activités en lien avec la thématique, ciblage, supports et moyens de communication).

Le présent appel à consultation comporte les prestations détaillées ci-dessous :

- **Phase 1 : composante média**
- **Phase 2 : composante hors média**
- **Phase 3 : composante digitale**
- **Phase 4 : Elaboration du rapport global de la campagne**

Phase 1 : Composante Média

Pour la réalisation de cette 1^{ère} composante, le prestataire sera appelé à réaliser ce qui suit :

Prix n°1 : La conception et la production d'un spot TV : durée **40 secondes** en version arabe, française et amazighe. Le concept du spot TV devra être créatif et original. De ce fait, le prestataire devra mobiliser les ressources professionnelles nécessaires et veiller à l'utilisation des techniques adaptées durant tout le processus de création et de production (story bord, casting acteurs, casting voix off,

¹ Cette liste peut faire objet de changement

repérage, tournage, effets, montage, mixage). Les livrables du spot doivent être également produits d'une manière qui permet leur diffusion sur YouTube et sur les réseaux sociaux. Une version audio mp3 HD des différentes versions linguistiques est à livrer sur DVD. Des liens internet téléchargeables selon les formats utilisées par les chaînes de télévision medi1tv ; 2m ; SNRT et YouTube sont à fournir par mail. Le prestataire devra garantir au maître d'ouvrage les droits exclusifs à l'utilisation des images des acteurs qui pourra les utiliser à tout moment sans restriction de délai.

Prix n° 2 : Enregistrements audiovisuels avec trois caméras HD : livraison sur support DVD et cassette DV Cam HD et prise intégrale de son de la totalité des conférences nationales et régionales et des événements organisés dans le cadre de la campagne au niveau des villes ciblées par la campagne :

- 1 film de lancement (Rabat) ;
- 1 film de clôture de la campagne (Rabat) ;
- 6 conférences régionales (Casa, Tanger, Oujda, Fès, Agadir, Salé) ;
- 3 films sur les sessions de formation avec livraison 4 heures après la fin de chaque événement d'un film court de 1 minute 30 sec à 2 minutes en clear feed sans commentaires avec synthés des intervenants selon l'identité visuelle de la campagne en plus du logo du ministère.
- Un film best of de 4 à 5 minutes est à livrer résumant l'ensemble des activités de la campagne avec enregistrement voix off. La voix off sera proposée par le prestataire avec le casting d'au moins 3 voix. Le film best sera livré sur DVD pour validation 48 heures avant sa projection prévue à la rencontre nationale de clôture de la 16^{ème} campagne.

En plus de l'enregistrement audio de l'intégralité des rencontres 48h après la conférence de clôture sur disque dur externe en format MP3 avec titre de chaque fichier.

Ce prix n'intègre pas la location des salles qui seront dispensées par le Ministère en coordination avec ses partenaires locaux.

Prix n° 3 : Campagne d'annonce presse : pour la réalisation de cette tâche, le prestataire retenu sera appelé à :

- La création d'annonces presse et la livraison des fichiers sources auprès des supports choisis par le Ministère (maître d'ouvrage) sur proposition du prestataire pour insertion d'un quart de page, et dont la disposition peut être adaptée selon le support et son format. Le prestataire prendra en charge les frais d'insertion dans les supports de presse.
- 12 insertions quadri, page impaire dans 6 premiers supports quotidiens arabophones et 4 francophones en termes de diffusion selon le dernier classement de l'ODJ, les 4 premiers hebdomadaires arabophones et 3 francophones selon le même classement sus cité.
- Insertion dans deux supports mensuels arabophones et deux supports francophones de la même périodicité.

Phase 2 : Composante Hors Média

Concernant la réalisation de cette composante, le prestataire sera appelé à réaliser les missions suivantes :

Prix 4 : En lien avec le thème identifié par le Ministère pour la 16^{ème} campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes, **conception et production d'un visuel de la campagne avec slogan original** en langue arabe et traduit en français. Ce visuel illustre la vision du Ministère et sera décliné dans les différents types de supports de communication. Le prestataire devra communiquer au Ministère au minimum trois propositions de maquettes complètes comportant : l'accroche principale, le visuel et le slogan sur support numérique et avec cromalin sur papier.

Prix n°5 : Habillage intégral de bus de transport urbain : L'habillage concerne 300 bus répartis sur les villes retenues par le maître d'ouvrage comme suit : Rabat (60), Casablanca (70), Oujda (30), Tanger (40), Fès (40), Agadir (30) et Salé (30)².

La couverture des bus doit être en vinyle 1^{er} choix et impression haute définition en quadrichromie : Pose et dépose sur les côtés, et sur l'arrière partie tôle et sur la vitre arrière, et ce dans les villes choisies par le maître d'ouvrage. Le prestataire devra livrer un DVD des photos prises des quatre côtés de chaque bus habillé et montrant clairement sa plaque minéralogique. Le prestataire est appelé, également, à garder une veille constante durant la période de la campagne allant du 25 novembre au 25 décembre 2018 sur les bus habillés, pour assurer la couverture des bus dont l'habillage serait décollé ou vandalisé. Il doit répondre à toutes les réclamations du Ministère à ce sujet.

Prix n° 6 : Affichage de la 16^{ème} campagne de LCVEF au niveau des gares de train et de supermarchés : des affiches Format A1 594 x 841 mm au niveau des gares avec minimum 10 affiches par gare parmi les 16 gares les plus fréquentées : 2 à Rabat, 1 à Salé, 3 à Casa, 1 à Marrakech, 1 à Oujda, 1 à Fès, 1 à Meknès, 1 à Tanger, 1 à Temara, 1 à Kenitra, 1 à Taza, 1 à Mohammedia, 1 à Jadida...).

Affichage de la 16^{ème} campagne de LCVEF au niveau de **14 sites au minimum** d'une chaîne de supermarché (Indoor 0,80x1,20 m) .

Prix n° 7 : Conception et impression d'affiches : conception et impression de l'affiche de la campagne Format A1 594 x 841 mm, papier de 170 grammes, impression mat avec présentation d'au moins 02 maquettes complètes comportant : l'accroche principale, le visuel et le slogan sur support numérique et avec cromalin sur papier. Le prestataire doit prévoir dans le prix de l'affiche les droits à l'image des acteurs qui y figurent. Le prestataire garantit au maître d'ouvrage les droits exclusifs à l'utilisation des images des acteurs qui pourra les utiliser à tout moment sans restriction de délai.

Prix n° 8 : Conception et impression de banderoles : Le prestataire doit concevoir et livrer **10** banderoles de 6.00 x 1.00 m. La conception et impression des banderoles doit se faire en quadri sur bâches de 900 grammes avec pour chaque unité 3 anneaux de chaque côté, cordes attachées à 2 gourdins fixés de l'intérieur pour une meilleure fixation.

Prix n° 9 : Production de reportages photos sur la campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes (production et livraison de (16) reportages photos sur **les étapes de la campagne susmentionnée dans le prix n°2**. Le livrable à fournir par le prestataire porte sur l'intégralité des prises de photos réalisées sur les lieux des campagnes. L'ensemble des photos doit être fourni sous format RAW sur disque dur externe et sur DVD dans un boîtier pour DVD blanc avec double emplacement pour DVD. Chaque DVD doit porter une étiquette dont la conception sera assurée par le titulaire et approuvée par le Maître d'ouvrage. Chaque boîtier doit comporter dans ses faces externes, la charte graphique et le logo de la 16^{ème} campagne imprimés en quadri sur papier brillant 130 grs ainsi que les inscriptions à fournir par le Maître d'ouvrage pour identifier le contenu. Le prestataire sera appelé, également, à livrer 3 albums, chacun comportant une sélection faite par le maître d'ouvrage de 30 photos de format moyen par site.

Prix n° 10 : Conception et impression de bloc-notes : Le prestataire doit concevoir et imprimer mille (1000) bloc-notes, Format A5 en hauteur de 50 pages chacun, intérieur feuille blanches de 80 grs, couverture en papier 125 grs quadri plastifié portant visuel de la campagne, avec spirale ;

Prix n° 11 : Conception et production de Roll Up : Le prestataire doit produire dix (10) Roll ups portant le visuel de la 16^{ème} CLCVLF en quadri (120cm/200cm), plastifiés avec mécanisme d'exposition et étui de rangement et transport.

² Cette liste peut faire objet de changement

Prix n°12 : Clés USB format carte magnétique : Le prestataire doit fournir mille (200) clés USB format carte magnétique, portant le visuel de la campagne en quadri (capacité de stockage de chaque clé USB est de 8 giga octets minimum).

Prix n°13 : Macarons métalliques : le prestataire doit produire et livrer cinq cent (500) macarons métalliques de diamètre 4,4 cm avec accroche sur le dos et portant le visuel de la 16^{ème} campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes, avec impression en couleur et sertissage papier.

Phase 3 : Composante digitale

La réalisation de cette composante consiste en :

Prix n° 14 : la sponsorisation de la campagne sur les réseaux sociaux en réalisant au minimum un taux d'engagement des visiteurs de la page Facebook du ministère (mentions « j'aime » + commentaires + partages) d'au moins 17%. Ce taux doit être réalisé pour chacun des six (6) spots prévus durant la campagne et qui seront fournis par le maître d'ouvrage.

Prix n° 15 : Organisation d'une conférence avec les influenceurs sur les réseaux sociaux : cette conférence, qui sera transmise en direct sur Facebook, sera dédiée à la discussion de la thématique de la campagne. Pour la réalisation de cette activité, le prestataire doit prévoir l'aménagement d'une salle (dans l'un des grands hôtels de Rabat) qui abritera la conférence et offrant toute la sécurité d'un enregistrement live et à laquelle assisteront au moins 100 personnes (estrade avec fauteuils, table basse, décoration florale, connexion Internet WIFI à débit élevé, bloc-notes et crayons avec visuel de la campagne, eau dans la salle, sonorisation et ingénierie de son, Tournage, Régie de diffusion, promotion sur Internet). Le prestataire doit fournir l'enregistrement intégral de la conférence sur disque dur externe en 5 exemplaires. Il doit également fournir un rapport sur l'audience, les interactions des internautes et les commentaires formulés. Le prestataire doit mobiliser un animateur ayant une expérience confirmée dans l'animation et présenter son Cv pour validation par le maître d'ouvrage.

Phase 4 : Elaboration du rapport global de la campagne

Cette composante consiste en la rédaction du rapport global qui retrace les déroulés et les conclusions des différentes conférences et activités qui seront organisées lors de la 16^{ème} campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes, prévue du 25 novembre au 25 décembre 2018. Il s'agit des deux conférences de lancement et de clôture (Rabat), des six rencontres régionales (Casablanca, Tanger, Oujda, Agadir, Salé et Fès) d'au moins quatre rencontres interactives avec les partenaires concernés ainsi que d'autres activités en parallèle Co organisées avec le Ministère (4 activités).

Pour les rencontres régionales, et en cas d'organisation parallèles de deux rencontres, le prestataire doit prévoir un profil similaire pour assurer un reporting de qualité.

Le rapport inclura, également, une synthèse de la couverture médiatiques (écrite, électronique et audiovisuelle). Il sera alimenté par une synthèse du contenu des rapports des activités organisées par les deux établissements publics (Entraide nationale et Agence du Développement Social).

Le rapport doit être rédigé en arabe. Le prestataire procédera à sa traduction en français, une fois validé par le maître d'ouvrage. Le prestataire livrera le rapport en deux (2) langues exigées en versions papier et électronique modifiable.

5- TACHES ET RESPONSABILITES DU PRESTATAIRE

Pour la production de l'ensemble des moyens et supports de communication, le prestataire retenu sera chargé de suivre les points ci-dessous :

- Elaborer un synopsis et un scénario appuyés par un storyboard ;

- Proposer un retro-planning et un chronogramme d'affectation des tâches ;
- Identifier les lieux de tournage et valider les personnalités publiques à mobiliser dans le spots et message radios ;
- Etablir un planning prévisionnel de repérage et tournage : l'équipe retenue pour la réalisation de cette production se charge des formalités d'usage (la préparation de matériels techniques de tournage de postproduction – montage– duplication, obtention des autorisations nécessaires pour le tournage, etc...) ;
- Un pré montage du film sera visionné et validé.

Le prestataire retenu devra également prendre connaissance des documents (écrits, audiovisuels...), rapports et supports en relation avec le sujet pour la réalisation de toutes les prestations.

L'équipe qui sera chargée de la réalisation des prestations est celle proposée par le prestataire dans son offre technique. Le changement doit être motivé par une demande écrite accompagnée d'un CV adressée au Maître d'ouvrage. Ce dernier se réserve le droit d'accepter ou de refuser les profils proposés en remplacement par le prestataire. Les profils proposés en remplacement doivent avoir une expérience et une qualification, au moins, équivalentes à celles des profils remplacés.

Le prestataire s'engage également à :

Restituer, en cas de cessation de la relation contractuelle, quelle qu'en soit la cause, et suite à la demande du Maître d'ouvrage, l'ensemble des livrables prévus par le présent dossier de consultation.

Par ailleurs, le prestataire reconnaît :

- Qu'en cas de non-respect des obligations souscrites dans le cadre du présent appel à consultation, sa responsabilité pourra être engagée ;
- Qu'il pourra être tenu responsable envers le Maître d'ouvrage des dommages qui seraient causés par suite d'un manquement aux obligations résultant du présent appel à consultation, ainsi qu'au versement de réparations du préjudice subi conformément à la réglementation nationale en vigueur.

Il est à noter que les produits issus des activités de cette campagne ainsi que, de manière non limitative, les idées, les textes, les maquettes, les photos, les films, et tous les livrables y compris le cas échéant, les droits d'auteur et d'image, sont considérés comme acquis par le ministère, qui en devient le propriétaire exclusif. Ceci étant, le ministère aura, entre autres, la faculté de les utiliser intégralement ou partiellement, sans aucune limitation de lieu et de temps, et de les modifier sans avoir à demander d'autorisation ou à verser de rémunérations à l'Agence ou à qui que ce soit. L'Agence doit, à ce titre, garantir au maître d'ouvrage contre toutes réclamations, de quelque nature qu'elle soit, de porteurs de brevets ou de propriétaires de marques, de fabrique ou de commerce qui pourraient exister en totalité ou en partie par rapport à la prestation objet de la présente consultation.

Le prestataire livrera également les fichiers sources de tous les livrables objets du présent appel à consultation.

6- OBLIGATIONS DU MAITRE D'OUVRAGE

Le Maître d'ouvrage s'engage à coordonner et faciliter la mission du prestataire (mettre à sa disposition toutes les informations utiles, les coordonnées des points focaux du Ministère,...).

7- LIVRABLES DES PRESTATIONS

Le prestataire doit remettre les livrables suivants selon les prix sus-indiqués :

N° de prix	Désignation des prestations	livrables
Phase1 : Composante Média		
1	Conception et la production d'un spot TV : durée 40 secondes en version arabe, française et amazighe	spot TV
2	Enregistrements audiovisuels avec trois caméras HD	17 films
3	Campagne d'annonce presse	21 annonces

N° de prix	Désignation des prestations	livrables
Phase 2 : Composante Hors Média		
4	Conception et production d'un visuel de la campagne avec slogan original de la 16 ^{ème} campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes en langue arabe et traduit en français	forfait
5	Conception et habillage de bus de transport urbain en vinyle 1 ^{er} choix avec un traitement UV et impression haute définition quadri chromie (300 unités)	Total bus habillés + CD de chaque bus de transport urbain habillés
6	Affichage de la 16 ^{ème} campagne de LCVEF au niveau des gares de train: des affiches Format A1 594 x 841 mm Affichage de la 16 ^{ème} campagne de LCVEF au niveau de 14 sites au minimum d'une chaîne de supermarché (Indoor 0,80x1,20 m)	16 gares 14 supermarchés
7	Conception et réalisation d'affiches Format A1 594 x 841 mm	1000 affiches A1 594 x 841 mm
8	Conception et réalisation de banderoles	10 banderoles
9	Production de reportages photos sur les étapes de la campagne susmentionnée.	(16) reportages photos
10	Conception et impression de bloc-notes Format A4 en hauteur de 50 pages, intérieur feuille blanches de 80 grs, couverture en papier 125 grs quadri plastifié, avec spirale et insertion du contenu de la loi 103.13 sous forme d'encadré dans les différentes pages	1000 bloc-notes
11	Conception et production de 10 Roll Up quadri (120cm/200cm) plastifié avec mécanisme d'exposition et étui de rangement et transport (mécanisme en location)	10 Roll Up
12	Livraison de 200 Clés USB en format carte magnétique avec impression du visuel de la campagne quadri (capacité de stockage de 8 gigas octets)	200 Clés USB
13	Fourniture de 500 macarons métalliques de diamètre 4,4 cm avec accroche sur le dos et portant le visuel de la 16 ^{ème} campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes, impression en couleur et sertissage papier	500 macarons
Phase3 : Composante digitale		
14	Sponsorisation de la campagne sur les réseaux sociaux en réalisant au minimum 17% de taux d'engagement pour chacun des six (6) spots prévus durant la campagne.	Rapport statistique avec capture d'écran de la situation t 0 à t+1
15	Organisation d'une conférence avec les influenceurs sur les réseaux sociaux	Film conférence organisée
Phase 4 : Elaboration du rapport global de la campagne		
16	Elaboration du rapport global de la Campagne (50 à 60 pages), en arabe et en français	1 rapport en arabe + traduction en français

NB : Il est à noter que les différents livrables seront soumis au Maître d'ouvrage pour validation.

8- DELAI DE LA CONSULTATION

Le prestataire de service devra réaliser les prestations désignées dans la partie 7, dans un délai de **40 (quarante) jours pour les prix des phases 1, 2 et 3. Le délai de réalisation de la phase 4 peut éventuellement s'étaler jusqu'au 31 Janvier 2019.** Il prendra effet à compter de la date fixée par l'ordre de service prescrivant la date de commencement et de réalisation des différentes prestations, objets de cette consultation.

Le prestataire prendra toutes les dispositions nécessaires pour s'y conformer.

Durant cette période, tout incident ou dysfonctionnement non expliqué ou non maîtrisé fera l'objet d'un rapport de la part du prestataire retenu à remettre au Maître d'ouvrage.

9- PILOTAGE DE LA MISSION :

Un comité de suivi sera désigné par le maître d'ouvrage pour suivre les prestations objet du présent appel à consultation. Ce comité suivra le déroulement des différentes prestations, ainsi que procédera à la réception des prestations effectuées dans un procès-verbal de réception conçu à cet effet.

10- MODALITES ET CONDITIONS DE PAIEMENT :

Les paiements prévus, dans le cadre du présent appel à consultation, seront effectués par paiement direct de l'UNFPA, **en hors taxes** et ce, après validation par le comité de suivi, des livrables soumis de chaque prix. Le prestataire doit présenter au maître d'ouvrage deux (2) 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, et 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 proforma indiquant le montant en HT, la valeur de la TVA et le montant en TTC.

11- : NATURE DES PRIX

Le présent appel à consultation est à prix unitaire. Les sommes dues au prestataire sont calculées par application des prix unitaires portés au bordereau des prix-détail estimatif, aux prestations réellement exécutées conformément aux présents termes de référence.

12- PROFIL DU PRESTATAIRE :

Les prestations objet du présent dossier de consultation seront confiées à un prestataire qui mettra à la disposition de cette consultation des ressources et expériences confirmées dans les domaines liés à l'objet de la présente consultation. Il doit avoir :

- Une expertise et expérience confirmées en matière de conseil en communication ;
- Une expertise dans la production audiovisuelle, digitalisation : films, documentaires, spots publicitaires, reportages journalistiques et autres.
- Compétence en termes de conception, édition et impression de supports d'information, de sensibilisation, de vulgarisation et de communication.

L'équipe proposée par le prestataire devrait être composée de :

- Un chef de projet disponible tout au long de la campagne, ayant le profil académique requis (au moins master en communication ou marketing ou management ou ingénieur) et disposant de plusieurs expériences dans la réalisation de grandes campagnes de communication.
- Un chef de pub capable de traduire les demandes du maître d'ouvrage à l'équipe technique et assurer des feedback rapides. Ayant un diplôme ou attestation bac +3 en production audiovisuelle ou en communication ou en publicité.
- Un réalisateur confirmé, notamment dans la réalisation de spots tv au maroc et /ou à l'étranger.
- Un concepteur rédacteur ayant un diplôme en journalisme ou publicité ou beaux-arts ou communication et information ;
- Un Rédacteur du rapport de la campagne ayant un diplôme de l'enseignement supérieur, au moins de niveau BAC+5 en sciences humaines, sociologie, journalisme ou équivalent ; et disposant d'une connaissance approfondie du contexte marocain lié au domaine de lutte contre des violences à l'égard des femmes, avec de bonnes capacités d'analyse, de synthèse et de rédaction en arabe et en français et une expérience confirmée en la matière.

13- PRESENTATION ET CONSISTANCE DES DOSSIERS DES CONCURRENTS

Le dossier présenté par chaque concurrent, devrait être mis dans un pli fermé portant le nom et l'adresse du concurrent ainsi que l'objet de l'appel à consultation et la mention que le pli ne doit être ouvert que par le Président de la Commission d'ouverture des plis. Ce pli contient **trois enveloppes distinctes** :

a) **La première enveloppe** : contient les pièces des dossiers administratif et technique, le présent dossier de consultation paraphé et signé par le concurrent ou la personne habilitée par lui à cet effet. Cette enveloppe doit être fermée et porter de façon apparente la mention « **dossiers administratif et technique** ».

➤ pour le dossier administratif :

- Une déclaration sur l'honneur (modèle à l'annexe 2) en un exemplaire unique ;
- Les pouvoirs conférés à la personne agissant au nom du concurrent. Ces pièces varient selon la forme juridique du concurrent :
 - S'il s'agit d'une personne physique, agissant pour son propre compte, aucune pièce n'est exigée ;
 - S'il s'agit d'un représentant, celui-ci doit présenter selon le cas :
 - une copie conforme de la procuration légalisée ;
 - un extrait des statuts de la société et/ou le procès-verbal de l'organe compétent lui donnant pouvoir selon la forme juridique de la société ;
 - l'acte par lequel la personne habilitée délègue son pouvoir à une tierce personne, le cas échéant.

➤ pour le dossier technique :

- Une note indiquant les moyens humains et techniques du concurrent et mentionnant éventuellement le lieu, la date, la nature et l'importance des prestations à l'exécution desquelles le concurrent a participé et la qualité de sa participation.
- les attestations ou leurs copies certifiées conformes à l'original délivrées par les maitres d'ouvrages publics ou privés ou par les hommes de l'art sous la direction desquels les dites prestations ont été exécutées ou par les bénéficiaires publics ou privés desdites prestations avec indication de la nature des prestations le montant, l'année de réalisation, le nom, la qualité du signataire et son appréciation.

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

b) **La deuxième enveloppe** : contient l'offre technique constituée des éléments suivants :

Les concurrents doivent présenter une offre technique faisant ressortir leur capacité à réaliser les prestations objet de la présente consultation, aux moyens de compétences adéquates, et selon une méthodologie et un plan de réalisation déterminés. Les concurrents doivent fournir les pièces sur **papier et il serait souhaitable de les accompagner de leur version électronique (support CD ou USB)**.

A cet effet, ils doivent fournir les documents ci-après :

1. **La Méthodologie de travail** ;
2. **Le planning et chronogramme d'affectation des tâches** ;
3. **L'équipe à affecter à la réalisation des prestations.**

Le concurrent doit préciser l'équipe qui sera affectée à la réalisation des prestations, composée des profils adéquats et fournir :

- a. Les curriculums vitae détaillés de chaque membre de l'équipe affectée à la réalisation des prestations objet de l'appel d'offres, **cosigné** par le membre de l'équipe et le concurrent ou la

personne habilitée à cet effet. **La signature ne doit pas être scannée.** (voir modèle à l'annexe 3 du présent dossier de consultation) ;

b. Copies des diplômes et/ou des attestations d'études certifiées conformes à l'original.

L'équipe que le concurrent affectera à la réalisation des prestations objet du marché doit comporter une équipe clé et une équipe d'appoint composées des profils précisés dans les tableaux ci-dessous :

- **Une équipe Clé composée de :**

Profil	Position	Qualité
1	Chef de projet	Années d'études : bac +5 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation en communication ou marketing ou management ou diplôme d'ingénieur. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience dans la gestion de projets ou d'opérations ayant une relation avec l'organisation de campagnes de communication / les campagnes publicitaires / la production de films publicitaires ou promotionnels entre 2013 et 2018
2	Chef de Pub	Années d'études : bac +3 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation en production audiovisuelle ou en communication ou en publicité Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide dans la production audiovisuelle / l'organisation de campagnes de communication / entre 2013 et 2018
3	Réalisateur	Années d'études : bac +3 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation dans le domaine de l'audiovisuel. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide dans la réalisation de spots et dans la réalisation audiovisuelle entre 2013 et 2018.
4	Concepteur-rédacteur	Années d'études : bac +3 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation dans le domaine du journalisme ou de la publicité ou beaux-arts ou de la communication et information. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide dans la conception de spots vidéo et audio entre 2013 et 2018.
5	Rédacteur du rapport de la campagne	Années d'études : bac +5 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation dans le domaine des sciences humaines ou sociales ou du journalisme. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide dans la rédaction de rapports entre 2013 et 2018.

- **Une équipe d'appoint composée de :**

Profil	Position	Qualité
1	chef opérateur	Années d'études : bac +2 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation dans le domaine de l'audiovisuel, option caméra. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide dans le domaine de l'audiovisuel entre 2013 et 2018.
2	technicien son	Années d'études : bac +2 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation dans le domaine de l'audiovisuel, option Son. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide dans le domaine de l'audiovisuel entre 2013 et 2018.

Profil	Position	Qualité
3	Infographiste	Années d'études : bac +2 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation en Infographie. Nature d'expérience : Justifier d'une expérience solide en tant qu'infographiste entre 2013 et 2018.
4	Animateur de la conférence avec les influenceurs sur les réseaux sociaux	Nature d'expérience : Personnalité connue du grand public justifiant d'une expérience solide dans l'animation de débats transmis en directs.

- Le concurrent doit fournir les Cv et les diplômes ou attestations d'études des deux équipes.
Seule l'équipe clé fera l'objet de notation

NB : Cette enveloppe doit être fermée et porter de façon apparente, la mention « offre technique ».

La troisième enveloppe : contient l'offre financière détaillée selon le bordereau de prix global et la décomposition du montant global libellés en chiffres.

NB : Cette enveloppe doit être fermée et porter de façon apparente, la mention « offre financière ».

Il est à noter que les modalités de jugement et d'évaluation des offres sont détaillées dans l'annexe 1.

8- BORDEREAUX DES PRIX DETAIL ESTIMATIF

N° de prix	Désignation des prestations	Unité de mesure ou de compte	Qté	Prix unitaire en dirhams (hors T.V.A)	Prix total HTVA
Phase 1 : Composante Média					
1	Conception et la production d'un spot TV : durée 40 secondes en version arabe, française et amazighe	Forfait	1		
2	Enregistrements audiovisuels avec trois caméras HD	films	17		
3	Campagne d'annonce presse	Unité	21		
Phase 2 : Composante Hors Média					
4	Conception et production d'un visuel de la campagne avec slogan original de la 16 ^{ème} campagne de lutte contre la violence à l'égard des femmes en langue arabe et traduit en français	forfait	1		
5	Conception et habillage de bus de transport urbain en vinyle 1 ^{er} choix avec un traitement UV et impression haute définition quadrichromie (300 unités)	Unité	300		
6	Affichage de la 16 ^{ème} campagne de LCVEF au niveau des gares de train: des affiches Format A1 594mm x 841 mm Affichage de la 16 ^{ème} campagne de LCVEF au niveau de 14 sites au minimum d'une chaîne de supermarché (Indoor 0,80x1,20 m)	Unité	30		
7	Conception et réalisation d'affiches Format A1 594 mmx 841 mm	Unité	1000		
8	Conception et réalisation de banderoles	Unité	10		
9	Production de reportages photos sur les étapes de la campagne susmentionnée. Le livrable à fournir par le prestataire porte sur l'intégralité	Unité	16		
10	Conception et impression de bloc-notes	Unité	1000		
11	Conception et production de 10 Roll Up	Unité	10		
12	Livraison de 200 Clés USB en format carte magnétique	Unité	200		
13	macarons métalliques	Unité	500		
Phase 3 : Composante digitale					
14	Sponsorisation de la campagne sur les réseaux sociaux en réalisant au minimum 17% de taux d'engagement pour chacun des six (6) spots prévus durant la campagne	Forfait	1		
15	l'organisation d'une conférence avec les influenceurs sur les réseaux sociaux	Forfait	1		
Phase 4 : Elaboration du rapport global de la campagne					
16	Elaboration du rapport global de la Campagne (50 à 60 pages), en arabe et en français	Forfait	1		
				Total Hors T.V.A	
				Taux TVA (20%)	
				Total T.T.C	

ANNEXE 1

MODALITES DE JUGEMENT ET D'ÉVALUATION DES OFFRES

Le jugement et l'évaluation des offres, concerne les seuls candidats admis à l'issue de l'examen des composantes de leur première enveloppe qui contient « dossier administratif et technique ».

Cette évaluation se déroulera en deux temps : (i) évaluation/analyse de l'offre technique dans un premier temps, puis, (ii) évaluation de la proposition financière dans un second temps.

ETAPE 1 : EVALUATION DES OFFRES TECHNIQUES

Une note technique (**NT** sur 100 points) est obtenue à l'issue de l'évaluation de l'offre technique. Elle sera axée sur les trois critères suivants :

Pour l'offre technique, les notes retenues sont les suivantes :

1. **La méthodologie de travail** : notée sur **30 points** ;
2. **Le planning et chronogramme** : noté sur **10 points** ;
3. **La qualification des intervenants** : notée sur **60 points**.

Critère 1 : Méthodologie de travail noté sur 30 points:

Cette phase concernera l'examen de l'adéquation de la méthodologie proposée par le concurrent avec les termes de référence à travers l'appréciation de la compréhension des objectifs, du contexte et des tâches à réaliser, de la pertinence et le degré de développement de l'approche proposée pour l'ensemble des prestations. A titre indicatif, le prestataire doit fournir une note méthodologique comportant les éléments suivants :

- Les pistes créatives relatives à la conception de spot TV et du spot Radio
- La conception de la campagne digitale et son impact
- La conception de la conférence avec les influenceurs sur les réseaux sociaux ;
- Pistes créatives relatives la conception des affiches et des autres matériaux promotionnels (affichage dans les gares, dans les supermarchés, habillage des bus etc.)

C1	Méthodologie d'intervention (note /30 points) : Approche méthodologique préconisée pour la conception de la campagne de communication incluant l'offre de communication média, hors média et digitale	/ 30	
Bonne	Montrant une parfaite compréhension des termes de références, avec une vision et des pistes créatives argumentées et offrant une harmonie d'ensemble entre l'ensemble des prix. Cette approche doit être présentée dans un document de qualité en termes de forme et de contenu.	30	Note Méthodologique proposée incluant l'offre de communication média et digitale
Satisfaisante	Répondant en partie aux termes de références tout en développant une approche et des pistes sans développer un argumentaire.	20	
Insuffisante	Ne répondant pas ou reprenant les termes de références sans aucune valeur ajoutée, ou offre incohérente ou non claire ou présentant des lacunes méthodologiques significatives pouvant affecter le bon déroulement de la prestation.	0	

Critère 2 : Planning et chronogramme détaillé de réalisation : noté sur 10 points :

C2 / Pertinence du planning (sur 10 points)			Justificatif
Bon	<ul style="list-style-type: none"> • Planning de mise œuvre et de réalisation claire, précis et cohérent 	10	Planning et chronogramme proposé
Satisfaisant	<ul style="list-style-type: none"> • Planning de réalisation comportant une répartition des missions sans précision, cohérent au regard des TDR et retrace ses orientations. 	05	
Insuffisant	<ul style="list-style-type: none"> • Planning général de réalisation sans précisions ; • Incohérent ou non claire ou présentant des lacunes dans l'ordonnancement des tâches. 	0	

Critère 3 : Qualification de l'équipe (60 points) :

L'appréciation de ce critère portera sur l'examen de la conformité des diplômes ou attestations ainsi que de CV fournis **concernant l'équipe clé** par les prestataires aux exigences du présent appel à consultation.

La qualification de l'équipe C₃ est notée sur 60 points réparties comme suit :

C ₃ / Equipe proposée (notée sur 50)		Note	Justificatif
A.1	Chef de projet (note / 20 points)	/20	
Chef de projet	Années d'études : bac +5 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation en communication ou marketing ou management ou diplôme d'ingénieur. <ul style="list-style-type: none"> - Plus que bac + 5 : 5 points - Inférieur à bac +5 : 0 point 	/05	Copie du diplôme ou attestation certifié conforme à l'original
	<ul style="list-style-type: none"> - Expérience (10 points) : Justifier d'une expérience dans la gestion de projets ou d'opérations ayant une relation avec l'organisation de campagnes de communication / les campagnes publicitaires / la production de films publicitaires ou promotionnels entre 2013 et 2018 . Deux (2) points par expérience dans la limite de 15 points 	/15	CV signé par l'intéressé et par le représentant du concurrent + attestations de référence
A.2	Chef de pub (note / 15 points)	/15	
Chef de pub	Années d'études : bac +3 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation en production audiovisuelle ou en communication ou en publicité <ul style="list-style-type: none"> - Bac + 3 : 05 points - Inférieur à bac+3 : 0 point 	/05	Copie du diplôme ou attestation certifié conforme à l'original
	Expérience (6 points) : en production audiovisuelle / l'organisation de campagnes de communication / entre 2013 et 2018 <ul style="list-style-type: none"> - Deux (2) points par expérience dans la limite de 10 points 	/10	CV signé par l'intéressé et par le représentant du prestataire + attestations de l'expérience du chef de pub
A.3	Réalisateur (note/10 points)	/10	
Réalisateur	Années d'études : bac +3 minimum Domaine d'études : Diplôme ou attestation dans le domaine de l'audiovisuel <ul style="list-style-type: none"> - Bac + 3 : 04 points - Inférieur à bac+3 : 0 point 	/04	Copie du diplôme ou attestation certifié conforme à l'original
	Expérience dans la réalisation de spots et dans la réalisation audiovisuelle entre 2013 et 2018. : <ul style="list-style-type: none"> - Deux (2) points par expérience dans la limite de 6 points 	/06	CV signé par l'intéressé et par le représentant du prestataire + attestations de l'expérience
A4	Concepteur-rédacteur (note/5 points)	/5	
Concepteur-rédacteur	Diplôme ou attestation obtenu : bac +3 minimum (domaine du journalisme ou de la publicité ou de l'art graphique ou des beaux-arts ou de la communication et information. <ul style="list-style-type: none"> - Bac + 3 : 02 points - Inférieur à bac+3 : 0 point 	02	Copie du diplôme ou attestation certifié conforme à l'original
	Expérience solide dans la conception de spots vidéo et audio entre 2013 et 2018.: <ul style="list-style-type: none"> - Un (1) point par expérience dans la limite de 3 points 	03	CV signé par l'intéressé et par le représentant du prestataire + attestations de l'expérience
A5	Rédacteur du rapport de la campagne (note sur 10 points)	/10	
Rédacteur du rapport de la campagne	Diplôme ou attestation obtenu : bac +5 minimum (domaine des sciences humaines ou sociales ou du journalisme) <ul style="list-style-type: none"> - Bac + 5 ou plus : 04 points - Inférieur à bac+5 : 0 point 	/4	Copie du diplôme ou attestation certifié conforme à l'original
	Expérience dans le domaine rédaction de rapports <ul style="list-style-type: none"> - Deux (2) points par expérience dans la limite de 6 points 	/6	CV signé par l'intéressé et par le représentant du prestataire + attestations de l'expérience

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

$$NT = C_1 + C_2 + C_3$$

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 FINANCIERES

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.

9- QUESTIONS ET DEMANDES D'ÉCLAIRCISSEMENT

Les questions concernant les exigences techniques ou administratives du présent appel à consultation peuvent être soumises au plus tard le **29 octobre 2018 avant 16h30**, heure de Rabat, par courrier électronique adressé à : cooperation.pta2018@gmail.com

Les questions doivent être soumises par écrit ; les appels téléphoniques ne seront pas acceptés.

Seules les réponses écrites envoyées par le maître d'ouvrage seront considérées comme officielles et seront prises en considération dans le processus d'appel à consultation et de l'évaluation ultérieure. Toute information verbale reçue du personnel du Ministère ou de toute autre entité ne devra pas être considérée comme une réponse officielle à toute question concernant cet appel à consultation.

10- DÉPÔT DU DOSSIER DE CANDIDATURE

Les plis, portant d'une façon apparente l'intitulé du présent appel à consultation, doivent être déposés contre accusée de réception ou par courrier postal à la Division du Budget et de l'Équipement à l'adresse suivante : Ministère de la Famille, de la Solidarité, de l'Égalité et du Développement Social – 47, Avenue Ibn Sina – Agdal, Rabat – Maroc.

Le délai pour la réception des plis expire à la date et heure fixées par le présent appel à consultation, et ce au plus tard le **07 novembre 2018 à 12h00**. Les plis déposés ou reçus postérieurement au jour et à l'heure fixés ne sont pas admis.

A leur réception, les plis sont enregistrés par le maître d'ouvrage dans leur ordre d'arrivée sur un registre spécial. Le numéro d'enregistrement ainsi que la date et l'heure d'arrivée sont portés sur le pli remis. **Les plis resteront fermés et seront tenus en lieu sûr jusqu'à leur ouverture.**

ANNEXE 2

MODELE DE DECLARATION SUR L'HONNEUR(*)

Mode de passation : Appel à consultation n° **07/2018 du 23 octobre 2018**

Objet de la consultation Conception et réalisation des moyens et des supports de communication de la 16ème Campagne Nationale de Lutte Contre la Violence à l'Egard des Femmes (CLCVEF) au titre de l'année 2018

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.....

Affilié à la CNSS sous le n°.... (1)

N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR.....(RIB)

B- Pour les personnes morales

Je, soussigné: (Prénom, nom 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.....

Affiliée à la CNSS sous le n°.... (1)

Inscrite au registre de commerce (Localité) sous le n°....(1)

N° de patente.... (1)

N° du compte courant postal, bancaire ou à la TGR (2)..... (RIB)

En vertu des pouvoirs qui me sont conférés ;

Déclare sur l'honneur :

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

2- que je remplie les conditions prévues à l'article 24 du décret n° 2-12-349 du 8 jourmada I 1434 (20 mars 2013 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 jourmada I 1434 (20 mars 2013) précité

- que celle-ci ne peut dépasser 50% du montant de la prestation, ni porter sur les prestations constituant le lot ou le corps d'état principal prévues dans les TDR, ni sur celles que le maître d'ouvrage a prévu dans lesdits TDR ;

- à confier les prestations à sous-traiter à des PME installées au Maroc (3)

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 appel à consultation ;

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 appel à consultation

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. (4)

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 sur l'honneur.

10. - atteste que je remplis les conditions prévues par l'article 1er du dahir n° 1-02-188 du 12 jourada I 1423 (23 juillet 2002) portant promulgation de la loi n°53-00 formant charte de la petite et moyenne entreprises.

Fait à le

Signature et cachet du concurrent

MODELE DE CURRICULUM VITAE

Je soussigné :
 Nom et Prénom :
 Date de naissance :
 Emploi actuel :
 Ancienneté dans l'emploi actuel :
 Nationalité :
Fonction proposée au sein de l'équipe :

1. Expérience professionnelle :

Indiquer les différents emplois et postes occupés par chacun des membres de l'équipe ayant un rapport direct avec l'objet du présent appel d'offres, en précisant les dates, le organismes bénéficiaires successifs, le titre de la fonction assumée, le nombre de projets et d'expériences similaires à l'objet du présent dossier de consultation et le lieu d'exécution entre 2013 et 2018. Indiquer en résumé votre expérience et préciser les projets et expériences dans **les domaines objet de l'appel à consultation** réalisés selon le tableau ci-après :

Objet du projet/expérience dans les domaines objet de l'appel à consultation	Dates de réalisation (du au)	Organismes bénéficiaires et lieu d'exécution	Titre de la fonction assurée au sein de l'équipe

2. Formation :

Citer les diplômes et éventuellement les attestations obtenus en commençant par les plus récents. Indiquer brièvement les établissements universitaires et les institutions d'enseignement spécialisés fréquentés avec le nom exact de l'établissement (éviter les abréviations).

3. Langues :

Indiquer le niveau de compétence dans chaque langue pour parler, lire et écrire par les appréciations «bon», «moyen», ou «faible».

Signature du membre de l'équipe (Obligatoire : Signature ne doit pas être scannée)	Signature et cachet du concurrent (Obligatoire : Signature ne doit pas être scannée)
--	--