



**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

**BUREAU DE LA GIZ au MAROC**

**AVIS D'APPEL D'OFFRES**

**CoSoft N° 83497467**

La Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH lance un appel d'offres relatif à **la campagne de sensibilisation pour accompagner la mise en service du BHNS.**

Si vous êtes intéressés, le dossier d'appel d'offres (DAO) peut être téléchargé depuis les pièces jointes ci-dessous :

**Objet : Avis d'Appel d'Offres**

**Invitation à soumissionner pour un Appel d'Offres Ouvert**

**Nom du Projet : DKTI VI**

**N° du Projet : 2018.2114.9-001.00**

**Pays : Maroc**

**N° CoSoft : 83497467**

Coopération allemande au développement  
Bureau de la GIZ au Maroc

29, Rue d'Alger  
10 001, Rabat, Maroc  
Adresse postale : BP 433, 10 020, Rabat R.P. Maroc  
T +212 537 20 45 17/18  
F +212 537 20 45 19  
E giz-maroc@giz.de  
I www.giz.de/maroc

Mesdames, Messieurs,

La GIZ – Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit – Coopération allemande au développement, est un prestataire de services de coopération internationale actif au niveau mondial, présent au Maroc depuis 1975. Avec ses partenaires, elle met au point des solutions efficaces qui ouvrent des perspectives aux populations et améliorent durablement leurs conditions de vie.

Les gouvernements Marocain et Allemand ont défini des secteurs prioritaires dans la politique de coopération qui constituent la base des différents programmes et projets : Gouvernance, énergies renouvelables, environnement et changement climatique, gestion des ressources en eau ainsi que le développement économique durable.

Dans le cadre de la coopération maroco-allemande, le Bureau GIZ à Rabat lance un appel d'offres sous le N° **83497467** ayant pour objet « **campagne de sensibilisation pour accompagner la mise en service du BHNS** » pour le Projet DKTI VI.

Si vous êtes intéressés par la mise en œuvre des tâches selon le dossier d'appel d'offres en annexe, veuillez nous envoyer votre offre sous **format PDF**, et **uniquement** à l'adresse mail suivante : **MA\_Quotation@giz.de**, au plus tard le **30/09/2025**.

**Merci de noter que le trait d'union entre le MA et Quotation est celui de dessous de ligne (tiret du bas \_) et non celui sur la ligne -)**

Votre offre devra nous être soumise en **deux e-mails séparés** :

Un 1<sup>er</sup> e-mail contenant votre offre technique et dossier administratif en un seul fichier pdf, intitulé en **objet** :  
**83497467\_Offre Technique et Dossier Administratif\_Nom de votre société.pdf**

Le dossier administratif doit contenir les documents suivants :

- Les statuts ;
- Le justificatif d'inscription au registre de commerce « modèle 7 ou modèle J » datant de moins de 3 mois ;

Votre référence :  
Notre référence :

Deutsche Gesellschaft für  
internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sièges de la société :  
Bonn et Eschborn, Allemagne

Friedrich-Ebert-Allee 32 + 36  
53113 Bonn, Allemagne  
T +49 228 44 60-0  
F +49 228 44 60-17 66

Dag-Hammarskjöld-Weg 1 - 5  
65760 Eschborn, Allemagne  
T +49 61 96 79-0  
F +49 61 96 79-11 15

E info@giz.de  
I www.giz.de

Tribunal d'instance (Amtsgericht)  
Bonn, Allemagne  
N° d'immatriculation au registre du commerce :  
HRB 18384  
Tribunal d'instance (Amtsgericht)  
Frankfurt-sur-le-Main, Allemagne  
N° d'immatriculation au registre du commerce :  
HRB 12394  
N° d'identification TVA : DE 113891176  
N° d'identification fiscale : 040 250 56973

Président du conseil de surveillance  
Niels Annen, Secrétaire d'État

Directoire  
Thorsten Schäfer-Gümbel  
(Président du directoire)  
Ingrid-Gabriela Hoven  
(Vice-présidente du directoire)  
Anna Sophie Herken

Commerzbank AG Frankfurt am Main  
BIC (SWIFT): COBADEFFXXX  
IBAN: DE45 5004 0000 0588 9555 00

A44  
80

- L'attestation du chiffre d'affaires déclaré des 3 dernières années « modèle AAC241B-16I » délivrée par la DGI ;
- L'attestation des salariés déclarés au 31 décembre de l'année précédente « Réf : 212-3-45 » délivrée par la CNSS ;
- Les attestations de référence d'un volume minimum de 499125,00 dirhams, d'au moins 2 projets de référence dans le domaine de communication et les campagnes de sensibilisation au Maroc au cours des 3 dernières années ;
- La déclaration d'éligibilité et d'aptitude remplie cachetée et signée par le soumissionnaire.

ET

Un 2<sup>ème</sup> e-mail contenant votre offre financière signée et cachetée avec l'entête de votre société, intitulé en **objet** :

**83497467\_Offre Financière\_ Nom de votre société.pdf**

Veuillez noter que **les offres techniques et dossiers administratifs d'une taille supérieure à 30 Mo** ne peuvent pas être reçues par e-mail. Si votre offre atteint ou dépasse cette taille, nous vous remercions de l'envoyer :

- ✓ Soit via **Filetransfer** (<https://filetransfer.giz.de>) en mentionnant le code de téléchargement dans votre e-mail de soumission. Pour des raisons de sécurité, seules les offres envoyées via **Filetransfer** seront acceptées. Les offres envoyées via d'autres outils de partage de données seront rejetées.

Ou

- ✓ Sur **deux/plusieurs e-mails différents**.

Pour ce faire nous vous prions de mentionner dans l'objet de l'e-mail le N° de consultation avec offre technique 1<sup>ère</sup> partie puis sur un autre e-mail offre technique 2<sup>ème</sup> partie etc.

Ex : AO N° **83497467** offre technique et dossier administratif 1<sup>ère</sup> partie

Ex : AO N° **83497467** offre technique et dossier administratif 2<sup>ème</sup> partie

- **Toute offre ne respectant pas strictement les directives ci-dessus concernant la composition de l'offre, l'intitulé en objet des e-mails, ou envoyée à une autre adresse mail, ou envoyée sous un autre format ne sera pas acceptée.**
- **Le soumissionnaire doit proposer un seul CV pour chaque profil demandé conformément aux Tdrs et au schéma d'évaluation de la partie technique des offres.**
- **Aucune description de l'équipe d'appui (backstopping) n'est requise. Si le soumissionnaire propose une équipe d'appui dans la note méthodologique, celle-ci ne fera pas l'objet d'évaluation. Elle ne doit pas figurer dans l'offre financière. Les CV de cette équipe ne doivent être fournis que si requis au niveau des Tdrs et schéma d'évaluation de la partie technique des offres.**
- **Tout CV additionnel non demandé dans les TDRs constituera un motif de rejet de l'offre du soumissionnaire.**

- **Quand il s'agit d'un pool d'experts, le nombre minimum / maximum d'experts demandé doit être respecté (Optionnel si le pool est demandé dans les TdRs) »**

Des questions techniques, de procédure ou commerciales relatives à cette consultation, sont à adresser uniquement sous forme écrite seulement à l'adresse mail suivante : **MA\_Quotation@giz.de** , avec la mention obligatoire « **83497467\_Demande de complément d'information** » dans la rubrique **objet** de l'e-mail, ce au plus tard le 16/09/2025.

Les offres reçues seront évaluées par la GIZ en fonction de leur contenu technique (voir tableau d'évaluation technique, en annexe) et de leur prix.

Les soumissionnaires seront notés en premier sur la qualité de leurs offres techniques. Seuls les soumissionnaires qui recevront un pourcentage de **50%** ou plus / 100% pour leurs offres techniques seront considérés pour le dépouillement des offres financières.

Les offres financières ne seront consultées que lorsque l'évaluation technique est terminée. Les évaluateurs n'auront pas accès aux propositions financières avant la fin de l'évaluation technique.

Le soumissionnaire retenu sera notifié et les autres soumissionnaires recevront un e-mail de regret.

Veillez noter que :

- (a) cet appel d'offres n'est pas destiné aux groupements d'entreprises ;
- (b) les dépenses afférentes à la mise au point des propositions ne constituent pas un coût direct de la soumission et à ce titre, ne sont pas remboursables ;
- (c) la GIZ-Maroc n'est pas tenue d'accepter l'une des quelconques propositions qui auront été soumises ;
- (d) l'offre doit respecter les conditions générales du contrat (« AVB local », en annexe). En cas d'attribution du marché, celles-ci deviendront partie intégrante du contrat. Les conditions générales du soumissionnaire ne sont pas applicables.

Veillez agréer, Mesdames, Messieurs, l'expression de nos salutations distinguées.

**Rabat, le 09/09/2025**



**Le Service « Achats et Contrats » du Bureau de la GIZ au Maroc**

**Annexe :**

**Dossier d'Appel d'Offres**

1. Conventions particulières
2. Conditions générales
3. Déclaration d'éligibilité et d'aptitude
4. Termes de référence
5. Schéma d'évaluation technique

**Annexe 1 :  
Conventions Particulières**

N° du contrat : 83497467  
Projet : DKT I VI  
N° du projet : 2018.2114.9-001.00  
Nom du contractant :

Coopération allemande au développement  
Bureau de la GIZ au Maroc

29, Rue d'Alger  
10 001, Rabat, Maroc  
Adresse postale : BP 433, 10 020, Rabat R.P. Maroc  
T +212 537 20 45 17/18  
F +212 537 20 45 19  
E giz-maroc@giz.de  
I www.giz.de/maroc

Votre référence :  
Notre référence :

**1. Termes de référence**

Les termes de référence de la mission (TdR), annexe 4, font partie intégrante de ce contrat.

**2. Facturation et paiement**

Le paiement est échu selon les dispositions de Art. 3.3.1 des conditions générales. La facture doit être soumise en bonne et due forme accompagnée des justificatifs suivants :

- L'attestation de réception des prestations signée par le chef de la mission
- Time sheet signée par le chef de la mission (les time sheets doivent refléter exactement l'activité du contractant)

Le projet s'engage à fournir une attestation d'exonération de TVA. Pour l'obtenir, le Bureau d'études fournira une facture pro forma sur le montant total en MAD et en Hors Taxe sur la Valeur Ajoutée (HTVA). L'ensemble des retenues seront appliquées conformément aux obligations légales marocaines.

Deutsche Gesellschaft für  
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Sièges de la société :  
Bonn et Eschborn, Allemagne

Friedrich-Ebert-Allee 32 + 36  
53113 Bonn, Allemagne  
T +49 228 44 60-0  
F +49 228 44 60-17 66

Dag-Hammarskjöld-Weg 1 - 5  
65760 Eschborn, Allemagne  
T +49 61 96 79-0  
F +49 61 96 79-11 15

E info@giz.de  
I www.giz.de

Tribunal d'instance (Amtsgericht)  
Bonn, Allemagne  
N° d'immatriculation au registre du commerce :  
HRB 18384  
Tribunal d'instance (Amtsgericht)  
Frankfurt-sur-le-Main, Allemagne  
N° d'immatriculation au registre du commerce :  
HRB 12394  
N° d'identification TVA : DE 113891176  
N° d'identification fiscale : 040 250 56973

Président du conseil de surveillance  
Niels Annen, Secrétaire d'État

Directoire  
Thorsten Schäfer-Gümbel  
(Président du directoire)  
Ingrid-Gabriela Hoven  
(Vice-présidente du directoire)  
Anna Sophie Herken

Commerzbank AG Frankfurt am Main  
BIC (SWIFT): COBADEFFXXX  
IBAN: DE45 5004 0000 0588 9555 00

AKH  
So

## Conditions générales (conditions générales locales) relatives à la fourniture de services et d'ouvrages pour le compte de la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH au Maroc

### 1. Règles générales applicables à la fourniture de prestations

#### 1.1. Droit applicable et juridiction compétente

Le droit applicable au contrat est le droit du Maroc. Les conditions générales d'affaires ou de paiement du contractant ne sont pas applicables. La juridiction compétente est celle du Tribunal de première instance à Rabat. La GIZ peut également assigner le contractant auprès du tribunal compétent pour le domicile et/ou le siège du contractant ou le lieu de résidence habituel du contractant.

#### 1.2 Forme

Sauf dispositions contraires des parties au contrat et à moins que des prescriptions légales ne prévoient une forme plus stricte, le contrat et les modifications ou avenants au contrat ainsi que toutes les communications importantes requièrent la forme écrite.

#### 1.3 Qualité des prestations

Les prestations à fournir doivent être conformes à l'état et aux règles reconnus de la science et de la technique de même qu'au cahier des charges. Elles doivent être d'une excellente qualité.

#### 1.4 Conditions d'ensemble et durabilité

##### 1.4.1 Respect de la législation

Lors de l'exécution de ses prestations, le contractant doit respecter toutes les dispositions légales, réglementaires et administratives pertinentes, y compris les prescriptions fiscales.

##### 1.4.2 Normes environnementales et sociales, droits humains

Le contractant réalise ses prestations dans le respect du droit environnemental national et international en vigueur, minimise les émissions de gaz à effet de serre et évite toute action susceptible d'accroître la vulnérabilité de la population et/ou des écosystèmes.

Le respect des droits humains, la protection de l'enfance, la prévention des actes de violence, d'exploitation et d'abus de quelque nature que ce soit, l'absence de toute discrimination, notamment fondée sur l'origine, l'appartenance ethnique, la religion, l'âge, l'identité de genre, l'orientation sexuelle ou le handicap, ainsi que la promotion de l'égalité de droits pour tous les genres doivent être garantis par le contractant lors de l'exécution de ses prestations conformément aux normes internationales et aux traités multilatéraux, notamment les accords internationaux relatifs aux droits humains.

Le contractant prend des mesures appropriées en vue de prévenir le harcèlement sexuel dans le cadre professionnel et s'abstient de toute incitation à la violence ou à la haine ainsi que de toute discrimination sans justification objective envers des personnes ou groupes de personnes.

##### 1.4.3 Normes en matière de travail

Dans le cadre de l'exécution du marché, le contractant est tenu de respecter les principes et droits fondamentaux au travail énoncés dans la Déclaration de l'Organisation internationale du travail (OIT) du 18/06/1998 (liberté d'association, droit de négociation collective, élimination de toutes formes de travail forcé ou obligatoire, abolition effective du travail des enfants et élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession).

Le contractant est en particulier tenu, dans le cadre de l'exécution du marché, de respecter les directives par lesquelles les conventions fondamentales de l'OIT (conventions n° 29, n° 87, n° 98, n° 100, n° 105, n° 111, n° 138 et n° 182) ont été transposées dans le droit du Maroc. Si le Maroc n'a pas ratifié ou n'a pas transposé dans le droit national une ou plusieurs de ces normes fondamentales, le contractant doit respecter les directives du Maroc qui poursuivent la même finalité que les normes fondamentales de l'OIT.

##### 1.4.4 Prévention des résultats négatifs non intentionnels dans le cadre de l'exécution du contrat

Le contractant est tenu de fournir ses prestations en s'efforçant, par la mise en œuvre de mesures d'atténuation clairement imputables, d'éviter ou de minimiser les résultats négatifs non intentionnels sur l'environnement, la protection du climat, l'adaptation au changement climatique, les droits humains, les contextes fragiles ou marqués par les conflits et la violence, et l'égalité de genre. En parallèle, le contractant s'engage à exploiter au maximum les potentiels de promotion de l'égalité de genre.

##### 1.4.5 Conséquences en cas de manquements

Si le contractant manque à l'une des obligations mentionnées au point 1.4 et que la GIZ résilie le contrat pour cette raison, la résiliation sera imputable au contractant.

### 1.5 Intégrité

#### 1.5.1 Conflit d'intérêts

Le contractant s'interdit d'entrer dans tout conflit d'intérêts en rapport avec le contrat. Un conflit d'intérêts peut notamment résulter d'intérêts économiques, d'affinités politiques ou d'attaches nationales, de relations familiales ou amicales ou d'autres liens ou intérêts. Le contractant s'engage en particulier :

- (a) à ne pas accepter de la part de tiers de rémunération supplémentaire en rapport avec le marché ;
- (b) sauf accord préalable de la GIZ, à ne pas accepter, pendant la durée du contrat, d'autres missions susceptibles de le mettre en situation de conflit d'intérêts en raison de la nature même de la mission ou de ses liens personnels ou professionnels avec un tiers ;
- (c) sauf autorisation écrite préalable avec signature de la GIZ, à ne pas conclure de contrats en lien avec le marché avec

des personnes physiques ou morales avec lesquelles il entretient des relations personnelles ou professionnelles.

Le contractant s'engage à informer sans délai la GIZ de tout élément constituant un conflit d'intérêts ou susceptible d'engendrer un conflit d'intérêts et à convenir avec elle de ce qu'il y a lieu de faire. Si les parties ne peuvent se mettre d'accord et que la GIZ résilie le contrat, cette résiliation sera imputable au contractant.

### 1.5.2 Code d'intégrité

Le contractant s'interdit, que ce soit de manière directe ou par le biais de tiers, d'offrir, de consentir, d'accepter ou de chercher à obtenir, pour lui-même ou pour des tiers, des présents ou des avantages dans le cadre de l'attribution et/ou de l'exécution du contrat. Cette disposition s'applique également aux primes de célérité.

Le contractant s'interdit de passer avec une ou plusieurs autres entreprises des ententes entravant la concurrence.

Toute forme de corruption est à proscrire. Le contractant s'engage à prendre des mesures appropriées et adaptées en vue de prévenir et de lutter contre la corruption. Il est tenu, en outre, de signaler sans délai au système de signalement de la GIZ les cas confirmés ainsi que les cas fortement suspects de corruption et/ou de délits d'atteinte aux biens, tels que la fraude, le détournement frauduleux ou l'abus de confiance, en rapport avec l'exécution du marché. Le système de signalement est accessible via le [portail de signalement](#), le-la conseiller-ère en matière d'intégrité de la GIZ via [integrity-mailbox@giz.de](mailto:integrity-mailbox@giz.de), ou le médiateur externe via [ombudsmann@ra-is.de](mailto:ombudsmann@ra-is.de) => [www.giz.de/en](http://www.giz.de/en) • [About GIZ](#) • [Compliance](#) • [Whistleblowing](#).

### 1.5.3 Conséquences en cas de manquements

Si le contractant passe outre l'une des interdictions ou obligations citées au point 1.5 et que la GIZ résilie le contrat pour cette raison, la résiliation sera imputable au contractant. Dans le cas de violation d'une des obligations résultant des dispositions stipulées au point 1.5, la GIZ peut, dans la mesure où cela est approprié, exclure le contractant pour une durée déterminée d'appels d'offres futurs.

### 1.6 Confidentialité

Le contractant est tenu de garder confidentielles, pendant et après la durée du contrat, toutes les données et autres informations en rapport avec le marché (documents qui lui ont été transmis ou informations échangées avec lui, par exemple), dont lui et ses collaborateurs-rices auront eu connaissance lors de l'exécution du marché. Cette disposition s'applique également lorsque ces documents ou informations n'ont pas été expressément signalés comme secrets ou confidentiels.

Le contractant n'est pas autorisé à divulguer à des tiers des documents et résultats de travail de quelque nature que ce soit, en particulier des rapports, à moins que la GIZ ne lui ait préalablement signifié son accord par écrit. Le commettant/client de la GIZ fait également partie des tiers au sens de la présente disposition. Le contractant ne doit pas non plus utiliser ces données et informations à des fins personnelles.

### 1.7 Autorisation de publication par la GIZ

Toute publication sur l'activité du contractant dans le cadre du projet requiert l'autorisation préalable de la GIZ sous forme

écrite avec signature. Une description succincte du marché et du cadre d'activité du contractant à des fins de relations publiques n'est cependant pas soumise à cette procédure d'autorisation préalable. La description succincte consiste à indiquer l'objet du marché et ses principaux résultats. Le contractant doit, dans tous les cas, exprimer sous une forme appropriée qu'il effectue sa mission pour le compte de la GIZ et mentionner le commettant/client de la GIZ et, le cas échéant, d'autres financeurs.

### 1.8 Prise en compte de la charte graphique de la GIZ

Lors de la conception de matériels relatifs au marché destinés à des tiers (p. ex. cartes de visite, papiers à en-tête, courriels, publications, présentations), il y a lieu de tenir compte des instructions de la GIZ. La conception doit, en outre, faire l'objet d'une concertation avec la GIZ et l'institution partenaire responsable.

### 1.9 Droits de jouissance/documents sur les résultats de la mission

#### 1.9.1 Principe

Sauf stipulation contraire dans les documents contractuels, le contractant concède à la GIZ l'intégralité des droits transférables de protection et de propriété sur ses résultats de travail. Si les résultats de travail sont protégés par des droits d'auteur ou par d'autres droits de protection non transférables, le contractant concède à la GIZ un droit d'usage irrévocable et exclusif, illimité quant à la durée, au contenu et au lieu, sur l'ensemble des résultats de travail ; ce droit d'usage inclut une exploitation commerciale, même hors du cadre de l'action concernée. En outre, l'auteur renonce expressément à son droit à la mention de son nom.

#### 1.9.2 Résultats de travail

Les résultats de travail mentionnés au point 1.9.1 comprennent tous les biens corporels et incorporels créés ou acquis dans le contexte de l'exécution du contrat, en particulier les études, avant-projets, matériels de documentation, articles, informations, illustrations, dessins et croquis, calculs, plans, photographies, matériels, films négatifs, fichiers image et autres représentations figuratives. Les résultats de travail comprennent également les programmes informatiques que le contractant élabore, adapte, acquiert ou met à disposition dans le cadre de l'exécution du contrat.

#### 1.9.3 Portée des droits d'usage

Les droits d'usage concédés à la GIZ comprennent un droit d'exploitation des résultats de travail, illimité quant à la durée, au contenu et au lieu. La GIZ est en outre autorisée à transférer à des tiers les droits d'usage qui lui ont été concédés ou à concéder à des tiers des droits d'usage simples.

#### 1.9.4 Absence de droit de tiers

Le contractant garantit que les résultats de travail sont exempts de droits de propriété intellectuelle ou d'autres droits de tiers susceptibles de restreindre l'exploitation telle qu'elle est décrite au point 1.9.3. Le contractant libère la GIZ de toute prétention que des tiers pourraient faire valoir du fait de l'octroi ou de l'exercice des droits d'usage visés au point 3.1, et l'indemnise de tous les frais engagés pour la défense de ces droits.

#### 1.9.5 Indemnisation

g.kil  
S.O

La rémunération contractuelle convenue couvre également la concession des droits d'usage.

#### 1.10 Protection des données

Dans le cadre du marché, la GIZ traite les données à caractère personnel uniquement dans le respect du Règlement général sur la protection des données (RGPD) de l'Union européenne et d'autres dispositions applicables en matière de protection des données. Ces données sont enregistrées et traitées par la GIZ dans la mesure où cela est nécessaire pour l'exécution du contrat. Le contractant a le droit de consulter, effacer ou rectifier ces données et peut s'adresser à la GIZ (datenschutzbeauftragter@giz.de) ou aux autorités publiques compétentes pour faire respecter ses droits.

Le contractant respecte les dispositions applicables en matière de protection des données et exige leur respect de la part de ses collaborateurs.

Le contractant garantit que les données transmises à la GIZ sont traitées de manière conforme aux directives en vigueur en matière de protection des données et qu'elles sont libres de droits de tiers susceptibles de s'opposer à l'utilisation de ces données dans le cadre du contrat. Le contractant libère la GIZ de toute réclamation pour violation des règles relatives à la protection des données et lui rembourse tous les frais occasionnés dans ce contexte par des mesures de défense juridique ou du fait de sanctions imposées par des organismes publics.

Dans la mesure où le droit applicable en matière de protection des données contient des principes spécifiques s'appliquant obligatoirement à la fourniture des prestations (p. ex. le respect de la mise en œuvre d'exigences techniques destinées à assurer la protection des données dès la conception technique et par défaut), le contractant accordera une importance particulière à la mise en œuvre pratique de ces principes.

Dans la mesure où le contractant traite pour la GIZ des données à caractère personnel au sens de l'art. 28 du RGPD, ce traitement s'effectue sur la base d'un accord *ad hoc*.

#### 1.11 Lutte contre le financement du terrorisme et respect des embargos

Le contractant ne met à la disposition de tiers figurant sur une liste de sanctions des Nations unies et/ou de l'Union européenne aucun moyen financier ni d'autres ressources économiques, ni de manière directe ni de manière indirecte.

Le contractant n'est autorisé, dans le cadre de l'exécution du contrat, à nouer et/ou à entretenir des relations contractuelles ou des relations d'affaires qu'avec des tiers fiables qui ne sont pas frappés d'une interdiction légale de nouer de telles relations.

Il respecte en outre, dans le cadre de l'exécution du contrat, les embargos et autres restrictions commerciales imposées par les Nations unies, l'Union européenne ou la République fédérale d'Allemagne.

Le contractant informe la GIZ immédiatement et de sa propre initiative de toute inscription du contractant, d'un membre de ses organes de direction, de ses organes d'administration, de ses associés et/ou de son personnel sur une liste de sanctions des Nations unies ou de l'Union européenne. La même disposition s'applique lorsque le contractant prend connaissance d'un événement conduisant à l'inscription sur une telle liste.

Le contractant informe la GIZ immédiatement et de sa propre initiative de la violation de l'une des dispositions du présent point 1.11. Les droits de la GIZ stipulés aux points 5 et 6 restent inchangés.

#### 1.12 Respect des accords concernant le projet

Le contractant s'engage à respecter les accords de droit international conclus entre la République fédérale d'Allemagne et le pays d'intervention ainsi que, le cas échéant, la convention d'exécution signée pour le projet entre la structure de mise en œuvre du projet et la GIZ.

## 2. Fourniture de prestations par le contractant

### 2.1 Déploiement d'expert-e-s

Le contractant garantit que lui-même et, le cas échéant, les expert-e-s qu'il met en place possèdent les qualifications personnelles et professionnelles requises pour mener à bien les tâches qui leur incombent.

Le contractant s'assure que les expert-e-s auquel-le-s il fait appel respectent les dispositions pertinentes du contrat.

### 2.2 Mesures de protection, état de santé requis et assurances nécessaires

Il incombe au contractant de s'assurer que lui-même et les expert-e-s auquel-le-s il fait appel ont l'état de santé requis pour le pays d'intervention. Il doit notamment veiller à ce que les vaccinations nécessaires soient effectuées. Il doit contracter les assurances nécessaires avec une couverture suffisante (en particulier les assurances maladie, accident et rapatriement). À la demande de la GIZ, le contractant doit apporter la preuve qu'il a respecté ses obligations en la matière.

Toute responsabilité de la GIZ au titre des dommages matériels, de la maladie, des dommages corporels ou du décès du contractant ou de ses collaborateurs affecté-e-s au projet, ou des conséquences afférentes est exclue.

### 2.3 Coopération avec d'autres institutions

Le contractant et les expert-e-s qu'il déploie s'engagent à coopérer avec la représentation diplomatique allemande à l'étranger, avec les experts-e-s travaillant dans le pays d'intervention et avec les représentant-e-s de la République fédérale d'Allemagne en mission dans le pays d'intervention, de même qu'avec les représentant-e-s et expert-e-s d'organisations multilatérales ou autres, dans la mesure où cela présente un intérêt pour l'exécution des prestations.

### 2.4 Force majeure

Un cas dit de « force majeure » est un événement inéluctable (catastrophe naturelle, apparition de maladies ou d'épidémies, troubles civils graves, guerre ou actes de terrorisme, par exemple), qui est imprévisible malgré le discernement et l'expérience, qui ne peut être empêché ou neutralisé en déployant des moyens économiquement acceptables et la plus grande diligence et qui empêche une des parties d'exécuter les prestations contractuelles. Dans la mesure où un événement provient de la sphère de l'une des parties, il ne constitue pas un cas de force majeure.

En cas de force majeure, les obligations contractuelles, dans la mesure où elles sont affectées par l'événement concerné, sont suspendues aussi longtemps que persiste l'impossibilité d'exécution due à cette situation, à condition que l'une des parties en informe l'autre sans retard fautif après la survenance de la force majeure. Dans ce cas, le contractant est tenu de prendre toutes les mesures nécessaires pour réduire autant que possible les frais causés par la force majeure et de les documenter.

Si la fourniture des prestations est définitivement impossible pour cause de force majeure ou si l'événement de force majeure dure plus de trois mois, les deux parties contractantes ont le droit de résilier le contrat sans autre préavis. Le droit de la GIZ à résilier le contrat en vertu du point 10 n'en est pas affecté.

En cas d'interruption ou de résiliation pour cause de force majeure, les prestations fournies ainsi que tous les frais prouvés, nécessaires et inévitables du contractant sont à facturer aux prix du contrat. La GIZ peut refuser de rembourser les frais conformément à la présente disposition si le contractant prouve ou documente ses dépenses et les mesures qu'il a prises pour les réduire de manière insuffisante ou s'il tarde à le faire sans motif valable. Le remboursement des frais engagés après deux mois à compter du début de l'interruption est exclu.

Si, avec l'accord de la GIZ, l'activité est poursuivie dans un lieu autre que le lieu d'intervention pour cause de force majeure, le taux d'honoraires convenu par contrat continue d'être payé. Les autres postes de rémunération continuent d'être payés à hauteur du montant convenu au contrat pendant trois mois maximum dans la mesure où les coûts ne sont pas évités ou ne sont pas évitables ou que les ressources ne sont pas utilisées à d'autres fins.

## 2.5 Obligations de rapports et d'information

### 2.5.1 Obligation de rapports

Le contractant soumet dans les délais à la GIZ les rapports dont la nature et la périodicité de remise sont précisés dans les documents contractuels, et ce dans la langue, la forme et au format prescrits. Sauf stipulation contraire du contrat, le contractant rédige les rapports en anglais et les envoie à la GIZ par voie électronique (dans un format compatible avec MS Word et au format PDF).

Les frais afférents à la rédaction des rapports doivent être intégrés aux tarifs d'honoraires des expert-e-s ; ils ne sont pas remboursés séparément.

### 2.5.2 Obligation pour le contractant d'informer la GIZ de l'avancement du marché

La GIZ peut à tout moment vérifier l'état d'avancement et les résultats de l'exécution du marché, ce qui inclut la comptabilité afférente au projet et les comptes spéciaux ouverts pour le projet. Le contractant est tenu de mettre à sa disposition les documents nécessaires et de lui communiquer les renseignements requis. À la demande de la GIZ, le contractant doit renseigner d'autres entités ou des personnes ou organisations mandatées par la GIZ et permettre les contrôles demandés. Dans le cas d'un tel contrôle, le contractant s'engage à coopérer de façon adéquate.

<sup>1</sup> <https://finance.ec.europa.eu/eu-and-world/sanctions-restrictive-measures/sanctions->

## 2.7 Conservation de documents se rapportant au marché

Les documents et résultats de travail, y compris les documents financiers, se rapportant au marché doivent être conservés par le contractant pendant dix ans après réception du rapport final et/ou de l'ouvrage, et être remis à la GIZ pour consultation si celle-ci le demande.

## 2.8. Achats de matériels et équipements

Pour les achats de matériels et équipements stipulés au contrat, le contractant doit joindre, en plus des justificatifs requis en vertu du point 3.2.1, une attestation de remise des matériels et équipements au bénéficiaire désigné dans le contrat.

Le contractant ne peut passer de marchés de fournitures qu'à des fournisseurs spécialisés, fiables et compétents, en observant les règles de la concurrence et en tenant compte des impératifs de rentabilité économique. Il doit également s'assurer du respect des critères de transparence, d'égalité de traitement et de qualification des soumissionnaires. En règle générale, trois offres comparables doivent être sollicitées. Le contractant doit respecter les « Règles de la GIZ relatives à la remise au partenaire des biens d'équipement et à leur inventaire » : [www.giz.de/en](http://www.giz.de/en) -> Doing business with GIZ -> Procurement and financing - GIZ as a public contracting authority -> Contracts for services and construction as well as development partnerships: Contract management, invoicing and accounting procedures et ici sous Annexes : Procurement of materials and equipment.

### 2.8.1. Lutte contre le financement du terrorisme et respect des embargos

Le contractant ne met à la disposition de tiers figurant sur une liste de sanctions des Nations unies et/ou de l'Union européenne aucun moyen financier ni d'autres ressources économiques, ni de manière directe ni de manière indirecte. Dans le cadre de l'exécution du contrat, le contractant n'est autorisé à nouer et/ou à entretenir des relations contractuelles ou des relations d'affaires qu'avec des tiers fiables qui ne sont pas frappés d'une interdiction légale de nouer de telles relations. La GIZ souligne expressément que ses contractants, et leurs propres fournisseurs, sont tous tenus, dans le cadre de l'exécution du contrat, d'observer et de respecter l'ensemble des embargos et autres restrictions commerciales imposés par les Nations unies, l'UE et la République fédérale d'Allemagne. Cela vaut notamment pour les sanctions actuelles de l'UE contre la Russie, la Biélorussie, la Crimée et les régions concernées de l'est de l'Ukraine<sup>1</sup>. En conséquence, le contractant a l'obligation contractuelle de ne livrer que des marchandises qui ne tombent pas sous le coup de ces sanctions. En outre, le contractant est tenu d'apporter tout le soutien nécessaire pour permettre à la GIZ de s'assurer du respect du régime de sanctions. Le contractant informe la GIZ immédiatement et de sa propre initiative de toute inscription du contractant, d'un membre de ses organes de direction, de ses organes d'administration, de ses associés et/ou de son personnel sur une liste de sanctions des Nations

[adopted-following russia's-military-aggression-against-ukraine en#sanctions](#)

unies ou de l'Union européenne. La même disposition s'applique lorsque le contractant prend connaissance d'un événement conduisant à l'inscription sur une telle liste.

Le contractant informe la GIZ immédiatement et de sa propre initiative de la violation de l'une des dispositions du présent point.

### **2.8.2. Garantie du respect de embargos et autres restrictions commerciales en vigueur.**

Avant la conclusion éventuelle d'un contrat, la GIZ se réserve le droit de vérifier l'origine ou la provenance des marchandises qui lui sont proposées. Cette vérification vise à garantir le respect des embargos et d'autres restrictions commerciales en vigueur conformément au devoir de diligence de la GIZ. Cela concerne notamment les sanctions de l'UE actuellement en vigueur à l'encontre de la Russie, de la Biélorussie, de la Crimée et des territoires concernés de l'est de l'Ukraine<sup>2</sup> (et en premier lieu les règlements (UE) n° 833/2014 et 765/2006). En soumettant son offre, le soumissionnaire s'engage vis-à-vis de la GIZ, dans le cas où le marché est susceptible de lui être attribué – à apporter tout le soutien nécessaire pour permettre à la GIZ de s'assurer du respect du régime de sanctions. Cela comprend notamment l'obligation de remplir, à la demande de la GIZ, une « déclaration sur l'honneur relative à la détermination de l'origine ou de la provenance des marchandises proposées » et/ou de mettre à disposition les garanties d'origine exigées par la GIZ. Si le soumissionnaire ne remplit pas cette obligation ou ne la satisfait pas dans un délai raisonnable, son offre est rejetée. L'attribution du marché ne peut avoir lieu qu'à l'issue de la vérification de l'origine ou de la provenance des marchandises proposées. Si cette vérification révèle des indices ou des faits empêchant l'attribution du marché au soumissionnaire, la GIZ en informe immédiatement ce dernier. En outre, dans ce cas, la GIZ se réserve le droit d'attribuer le marché au soumissionnaire suivant dans le classement du concours sous-jacent

## **3. Rémunération et décomptes**

### **3.1 Principes et éléments de la rémunération**

Le prix indiqué dans le contrat représente le montant maximal exigible ; les coûts dépassant ce montant ne sont pas remboursés.

En plus du prix convenu au contrat, le contractant peut, le cas échéant, facturer la TVA au taux légal applicable.

La rémunération porte sur les postes de rémunération convenus dans le contrat. Les montants convenus correspondant à ces postes sont des montants maximaux.

Les rabais, escomptes, ristournes, allègements ou remboursements fiscaux de même que toutes les autres réductions de prix que le contractant parvient à obtenir, dans le cadre de l'exécution des prestations, sur des coûts remboursés par la GIZ doivent être mis à profit et répercutés sur la GIZ ou être défalqués du décompte.

#### **3.1.1. Taux des honoraires**

Les honoraires sont calculés sur la base de jours d'expert-e. Les jours d'expert-e sont des journées complètes durant lesquelles le contractant ou un-e ou plusieurs des expert-e-s auquel-le-s il fait appel réalisent des prestations pour la GIZ. Les journées uniquement consacrées aux voyages et déplacements ne constituent pas des jours d'expert-e.

Si le contrat le prévoit, il est également possible, dans certains cas, de calculer les honoraires sur la base d'heures d'expert-e. Les décomptes ne peuvent pas être effectués sur la base d'autres unités.

Le taux des honoraires du contractant ou des expert-e-s auquel-le-s il fait appel couvre l'ensemble des charges de personnel, charges accessoires comprises, les frais de communication, les coûts afférents à la rédaction des rapports ainsi que tous les frais généraux, le bénéfice, les intérêts, les risques, etc.

#### **3.1.2 Frais de voyage et de mission**

##### **3.1.2.1 Frais de voyage par avion et autres frais de transport**

Les frais de voyage en avion ou par d'autres moyens de transport sont remboursés à hauteur des montants convenus dans le contrat, généralement sous forme forfaitaire, et exceptionnellement contre production de justificatifs.

##### **3.1.2.2 Indemnité journalière de subsistance**

L'indemnité journalière couvre les frais de subsistance supplémentaires exposés par le contractant et/ou ses expert-e-s lors d'une mission de plus d'une journée qui se déroule en dehors de leur lieu de résidence permanent et/ou de leur siège.

##### **3.1.2.3 Indemnité d'hébergement**

L'indemnité d'hébergement couvre les frais exposés par le contractant et/ou ses expert-e-s pour leur hébergement lors d'une mission se déroulant en dehors de leur lieu de résidence permanent et/ou de leur siège social, pour autant qu'un tel hébergement soit nécessaire.

Ces indemnités sont versées dans la mesure où l'hébergement est rendu nécessaire du fait du contrat. Les nuitées correspondantes doivent être notées séparément sur le justificatif du temps travaillé.

##### **3.1.2.4 Autres frais de voyage**

Les autres frais de voyage induits par le contrat sont remboursés à hauteur du nombre et des quantités convenus dans le contrat, généralement sur une base forfaitaire, dans des cas exceptionnels contre production de justificatifs.

#### **3.1.3 Autres frais**

##### **3.1.3.1 Sous-traitance**

Dans les cas de sous-traitance, les frais effectivement exposés sont remboursés sur présentation de justificatifs à hauteur des montants convenus dans le contrat.

##### **3.1.3.2 Poste de rémunération flexible**

Si un poste de rémunération flexible est prévu dans le contrat, le contractant peut, jusqu'à concurrence de ce poste de rémunération flexible, dépasser les quantités convenues au contrat en tenant compte des prix unitaires et des bases de facturation stipulés dans le contrat. Le poste de rémunération flexible ne comprend que les coûts encourus au titre des

postes de rémunération énumérés, pour autant qu'ils soient convenus au contrat.

Pour solliciter la rémunération flexible, il est nécessaire, avant que les frais concernés ne soient engagés, de recueillir l'accord sous forme écrite avec signature de la GIZ.

### **3.2 Conditions de paiement / facturation dans le cas de contrats de service**

#### **3.2.1 Établissement des factures**

En règle générale, les paiements ne sont effectués que sur présentation des justificatifs correspondants. Le contractant doit fournir l'original de tous les justificatifs demandés.

#### **3.2.2 Justificatifs du temps travaillé**

Le décompte des honoraires, des frais occasionnés par le contrat dans le pays d'intervention ainsi que des éventuelles indemnités journalières et d'hébergement en lien avec le contrat est effectué sur la base d'un justificatif du temps travaillé sur lequel le contractant reporte les jours d'expert-e effectués.

#### **3.2.3 Décompte final et paiement pour solde de tout compte**

Le contractant est tenu de soumettre sa facture finale immédiatement, en tout état de cause six semaines au plus tard après expiration de la durée d'intervention convenue dans le contrat. La facture finale peut, après achèvement des prestations, être présentée avant la fin convenue du contrat. Elle doit inclure toutes les sommes exigibles par le contractant, être vérifiable et contenir toutes les mentions nécessaires (et accompagnée de tous les justificatifs requis). Le paiement pour solde de tout compte intervient après remise d'une facture finale en bonne et due forme et après l'exécution par le contractant de l'ensemble des obligations lui incombant en vertu du contrat.

Les montants qui ont été payés en trop par la GIZ lui sont remboursés par le contractant dès facturation.

Si une avance a été versée et si, malgré une relance de la GIZ, le contractant ne présente pas sa facture finale dans un délai de 15 jours, il devra procéder au remboursement de l'avance.

### **3.3 Conditions de paiement / facturation dans le cas de contrats relatifs à la fourniture d'ouvrages**

Dans le cas de contrats relatifs à la fourniture d'ouvrages, les dispositions prévues au point 3.2 s'appliquent dans les conditions suivantes :

#### **3.3.1 Droit à rémunération**

La facture finale doit être présentée immédiatement, en tout état de cause six semaines au plus tard après réception de l'ouvrage. Elle doit inclure toutes les sommes exigibles par le contractant, être vérifiable et contenir toutes les mentions nécessaires (et accompagnée de tous les justificatifs requis).

Le paiement de la rémunération est échu après réception des prestations et après réception de la facture finale comportant toutes les mentions nécessaires (et accompagnée de tous les justificatifs requis). La GIZ effectue le règlement au plus tard 30 jours après la date d'échéance des créances dûment justifiées.

#### **3.3.2 Retenue de garantie**

Si le versement d'acomptes a été convenu dans le contrat, une retenue de 10 % sera prélevée sur les montants facturés (TVA comprise) conformément aux termes du contrat. La retenue de garantie ne sera pas versée dans un premier temps. Elle peut être remplacée par la constitution d'une sûreté. La retenue de garantie est libérée après réception de l'ensemble de la prestation.

#### **3.3.3 Réception**

La réception est effectuée sous forme écrite avec signature.

Les droits à garantie de la GIZ au titre de défauts apparents au moment de la réception restent intacts, même si la GIZ ne s'est pas réservé, lors de la réception, le droit de les invoquer.

## **4. Avenants au contrat**

Les parties au contrat peuvent convenir d'adaptations au contrat portant sur le contenu des prestations, leur durée d'exécution et la rémunération convenue.

Tous les changements qui exigent de modifier le cadre estimatif détaillé, le remplacement d'expert-e-s et toutes autres modifications essentielles du contrat sont convenus entre les parties par le biais d'un avenant au contrat sous forme écrite avec signature. Les changements exigeant de modifier le cadre estimatif détaillé concernent, par exemple, les modifications apportées à la durée d'exécution des prestations, l'élargissement du contenu des prestations, les ajustements des besoins en personnel et/ou les modifications de la rémunération.

## **5. Réparation, interruption et résiliation**

### **5.1 Réparation**

La GIZ peut exiger qu'il soit remédié à tout défaut constaté dans les prestations du contractant ; cette demande de réparation n'est pas une condition préalable à l'exercice d'autres droits.

### **5.2 Interruption**

La GIZ peut ordonner à tout moment une interruption totale ou partielle de l'activité, pour des raisons politiques, par exemple. Dans ce cas, le contractant doit prendre toutes les mesures nécessaires pour réduire ses coûts autant que possible.

Si l'interruption dure plus de trois mois, le contractant peut résilier le contrat.

En cas d'interruption ou de résiliation, les prestations effectivement exécutées jusqu'à ce moment-là ainsi que tous les frais nécessaires et prouvés engagés par le contractant jusqu'à la fin de l'interruption sont à facturer aux prix du contrat. Tout autre droit est nul et non avenue.

### **5.3 Résiliation**

La GIZ peut à tout moment, sans autre préavis et sans demande préalable de réparation des défauts, résilier le contrat dans sa totalité, pour certaines parties de prestations ou relativement à certains expert-e-s.

#### **5.3.1 Résiliation pour un motif non imputable au contractant**

Si la GIZ résilie le contrat pour un motif non imputable au contractant, ce dernier est en droit d'exiger la rémunération

convenue, déduction faite cependant des dépenses qu'il a ou aurait pu économiser ainsi que des sommes qu'il perçoit grâce à une autre affectation des ressources concernées ou qu'il omet délibérément de percevoir. Les honoraires, de même que les salaires et les coûts salariaux indirects, sont réputés pouvoir être économisés s'ils sont dus pour des périodes qui se situent au-delà de 60 jours à compter de la réception de l'avis de résiliation.

La charge de la preuve dans le cas d'exceptions incombe au contractant.

### **5.3.2 Résiliation pour un motif imputable au contractant**

Si la GIZ résilie le contrat pour un motif imputable au contractant, seules les prestations déjà fournies, dans la mesure où elles sont utilisables par la GIZ, sont rémunérées aux prix contractuels ou, sur la base des prix contractuels, au prorata des parties de prestations fournies par rapport à l'ensemble des prestations prévues au contrat. Les prestations non utilisables sont restituées au contractant à ses frais. Dans la mesure où la fourniture de services figure parmi les prestations contractuelles, les services prestés conformément au contrat jusqu'au moment de la résiliation sont considérés comme prestations utilisables. En aucun cas le contractant ne peut faire valoir de prétention excédant la somme contractuelle.

## **6. Responsabilité, pénalités contractuelles et retard**

### **6.1 Responsabilité**

Le contractant est responsable conformément aux dispositions légales. En outre, la GIZ est en droit de faire valoir des dommages occasionnés au bénéficiaire de la prestation du fait du non-respect de ses obligations contractuelles par le contractant.

### **6.2 Pénalités contractuelles**

En cas de violation d'une des obligations résultant des dispositions stipulées aux points 1.4.2 (Normes environnementales et sociales, droits humains), 1.4.3 (Normes en matière de travail) et 1.5 (Intégrité), le contractant est tenu de payer pour chaque manquement une pénalité d'un montant de 25 000 euros. Si l'avantage en nature procuré est supérieur à ce montant de 25 000 euros, la pénalité dont le contractant est redevable s'élève au montant de l'avantage retiré. Cela n'affecte pas le droit de la GIZ de solliciter d'autres dommages-intérêts. La pénalité contractuelle sera cependant déduite de ces dommages-intérêts.

### **6.3 Retards dans la fourniture d'ouvrages**

Si, pour un ouvrage dont la fourniture a été convenue, le contractant ne respecte pas les échéances et délais convenus et ne fournit pas non plus l'ouvrage dans le délai de grâce que lui a fixé la GIZ, celle-ci est en droit, à compter de la date d'expiration du délai de grâce et pour chaque semaine entamée de dépassement de ce délai, d'exiger une pénalité de retard équivalant à 0,5 % du montant de la rémunération, jusqu'à concurrence toutefois d'un maximum de 8 % au total du montant de la rémunération.

## **7. Dispositions finales**

### **7.1 Interdiction de cession de droits par le contractant**

Le contractant ne peut céder de droits résultant du contrat qu'avec l'accord préalable de la GIZ, donné sous forme écrite avec signature.

### **7.2 Nullité partielle**

Si une des dispositions du contrat est frappée de nullité ou s'avère irréalisable, cela n'affectera pas la validité des autres dispositions, qui restent inchangées. La clause invalide ou irréalisable sera remplacée par la disposition valide et réalisable dont les effets se rapprochent le plus du but économique poursuivi par les parties au contrat avec la clause frappée de nullité ou devenue irréalisable. Cette disposition s'applique *mutatis mutandis* si le contrat présente des lacunes.

S.O  
4-KH

**Déclaration d'éligibilité pour les passations de marchés  
– Appel d'offres public**

**Numéro de contrat : 83497467**

**Sommaire**

Numéro de contrat : .....	1
Rubrique réservée aux personnes morales .....	1
Performance économique et financière .....	1
Performance technique .....	2
Récapitulatif des projets de référence .....	3
Déclaration d'intégrité .....	4
Primauté des règles propres de la GIZ .....	5

**Je déclare / Nous déclarons par la présente :**

**Rubrique réservée aux personnes morales**

<b>N° de registre du commerce / autre numéro d'enregistrement de l'entreprise :</b>	
<b>Juridiction / autorité compétente</b>	
<b>Un-e expert-e proposé-e est ou a été lié-e à la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH ou à l'une des organisations dont elle est issue par un contrat de travail (stage y compris). Un-e expert-e proposé-e travaille ou a travaillé comme expert-e intégré-e placé-e par le Centre pour la migration internationale et le développement (CIM). Un-e expert-e proposé-e travaille ou a travaillé comme assistant-e technique détaché-e sur la base de la loi allemande relative aux AT.</b>	<input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI, en tant que _____ sur la période _____ <input type="checkbox"/> OUI, retraité-e de la GIZ <input type="checkbox"/> OUI, collaborateur-riche mis-e en disponibilité
<b>Un-e expert-e proposé-e ou une entreprise avec laquelle l'expert-e est en relation a conseillé la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH en amont de la présente procédure de passation ou a participé d'une autre façon à la préparation de cette procédure.</b>	<input type="checkbox"/> NON <input type="checkbox"/> OUI, de la manière suivante : _____

**Performance économique et financière**

**Chiffres clés de l'entreprise**

AKH  
S.O

## Déclaration d'éligibilité pour les passations de marchés – Appel d'offres public

Votre chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble de l'entreprise au cours des trois derniers exercices clos atteint-il en moyenne 998.250,00 DH MAD net ?

- oui  
 non

Le nombre d'employé-e-s au 31 décembre de l'année précédente atteint-il au moins **2 personnes** ?

- oui  
 non

### Performance technique

*L'aptitude technique doit être démontrée sur la base d'un maximum de 10 projets de référence. Veuillez reporter dans le tableau « Récapitulatif des projets de référence » les indications pertinentes relatives aux trois dernières années conformément aux critères requis. Les candidats ne répondant pas à ces critères minimaux seront considérés comme non aptes et écartés des étapes suivantes de la procédure.*

### Conditions minimales requises relativement aux références

L'évaluation de l'aptitude est effectuée uniquement sur la base de projets de référence d'un volume minimum de **499.125,00 DH MAD**.

Au moins **2**. Projets de référence dans le domaine de la **Communication et les campagnes de sensibilisation** et au moins 0 projet(s) de référence au Maroc au cours des 3 dernières années.

**Nous déclarons par la présente :**

**La condition minimale concernant les projets de référence dans le domaine demandé est remplie.**

Voir les projets de référence à la ou aux ligne(s) n°                      du tableau.

**La condition minimale concernant les projets de référence dans la région demandée est remplie.**

Voir les projets de référence à la ou aux ligne(s) n°                      du tableau.

**Déclaration d'aptitude pour les passations de marchés  
d'un montant inférieur ou égal aux seuils de procédure  
de l'UE – Appel d'offres public**

**Récapitulatif des projets de référence** (indiquer uniquement des projets de référence dont le volume minimum correspond aux « Conditions minimales requises relativement aux références »)

N°	Intitulé du projet	Committant	Période	Montant du marché en MAD	Pays	Région / pays	Expérience technique	Financement par l'APD <sup>1</sup> (oui/non)	Description du projet (brève présentation du contenu de l'action)
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

<sup>1</sup> Indiquer « oui » pour l'APD (aide publique au développement) lorsque le projet de référence a été financé à **au moins 50 %** par des fonds issus de l'APD.

S. O. A. KAL

## **Déclaration d'aptitude pour les passations de marchés d'un montant inférieur ou égal aux seuils de procédure de l'UE – Appel d'offres public**

### **Déclaration d'intégrité**

#### **§ 1 Déclarations de la GIZ**

En sa qualité d'entreprise fédérale, la GIZ aide le gouvernement fédéral allemand à concrétiser ses objectifs en matière de coopération internationale pour le développement durable et œuvre aussi au niveau mondial dans le domaine de l'éducation internationale. Guidée par sa vision du développement durable, la GIZ tient compte d'aspects politiques, économiques, sociaux et écologiques dans toutes ses actions. Dans ce contexte, les principes d'intégrité, de participation, de transparence et de responsabilité sont pour l'entreprise les piliers essentiels d'une prévention efficace de la corruption.

La GIZ conçoit l'intégrité comme un processus vivant et en constante évolution. Allant au-delà de la lutte anti-corruption, ce processus englobe l'ancrage au sein de l'entreprise de normes, valeurs et directives, par exemple en matière de défense de l'environnement et de protection des droits humains. Le code d'intégrité de la GIZ énonce des règles de conduite claires pour les collaborateurs de l'entreprise. Leur action doit être guidée par des principes tels que l'égalité de traitement, le respect des contrats et le respect des lois, la transparence, la loyauté, la confidentialité et le travail en partenariat. Le respect de ces règles est surveillé par le comité de conformité, le conseiller en matière d'intégrité et le médiateur externe.

Si la GIZ a connaissance de comportements passibles de sanctions pénales en Allemagne et/ou à l'étranger de la part de ses collaborateurs ou d'un soumissionnaire, candidat, contractant ou sous-traitant ou si elle a des soupçons concrets à ce sujet, elle ouvrira une enquête interne et en référera au Parquet si les soupçons se confirment.

Les partenaires commerciaux, partenaires de projet, groupes cibles et le public intéressé sont invités à participer à l'élucidation de faits présumés de corruption. En cas de soupçons fondés relatifs à une violation du code d'intégrité, ils peuvent contacter le conseiller en matière d'intégrité de la GIZ ou le médiateur externe de la GIZ. Ils sont tenus d'observer la plus stricte discrétion et peuvent aussi être contactés en amont si certains points demandent des éclaircissements.

- Conseiller-ère-s en matière d'intégrité de la GIZ :  
*Madame Carola Faller (Eschborn), tél. : +49 6196 79-3529 et*  
*Monsieur Hans-Joachim Gante (Bonn), tél. : +49 228 4460-1557*  
E-mail : [integrity-mailbox@giz.de](mailto:integrity-mailbox@giz.de)
- Médiateur externe de la GIZ,  
*M<sup>e</sup> Edgar Joussen, avocat, tél. : +49 30 315 18 7-0*  
E-mail : [ombudsmann@ra-js.de](mailto:ombudsmann@ra-js.de)  
[www.giz.de/ombudsmann](http://www.giz.de/ombudsmann)

L'entreprise est également soumise aux dispositions du code de bonne gouvernance de l'État fédéral pour les entreprises publiques et observe ses recommandations en matière de transparence. La GIZ publie chaque année sur son site Internet un rapport sur la gouvernance de l'entreprise, dans lequel elle divulgue entre autres les rémunérations des membres du directoire. En ce qui concerne les achats, la GIZ, en sa qualité de pouvoir adjudicateur, respecte scrupuleusement les prescriptions du droit des marchés publics en donnant la priorité aux appels d'offres publics et en veillant à une stricte séparation des opérations de planification, d'attribution des marchés et de décompte.

## **Déclaration d'aptitude pour les passations de marchés d'un montant inférieur ou égal aux seuils de procédure de l'UE – Appel d'offres public**

La GIZ est en outre régulièrement soumise à un contrôle à la fois interne et externe. En sa qualité d'entreprise fédérale, la GIZ est contrôlée par la Cour fédérale des comptes.

### **§ 2 Déclarations du contractant**

Le contractant déclare connaître et observer le système de valeurs et d'intégrité de la GIZ décrit plus haut. Il est tenu en particulier de respecter, dès la phase de préparation d'un contrat, les principes d'intégrité énoncés dans les Conditions générales relatives à la fourniture de services et d'ouvrages pour la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH (points 1.4, 1.5 et 1.11).

Le contractant, dans la mesure où il s'agit d'une personne morale, prendra des mesures organisationnelles afin d'instruire ses employé-e-s et ses sous-traitants des principes d'intégrité de la GIZ conformément aux points 2.1.4 et 2.4.2.1 des Conditions générales, et s'emploiera à promouvoir et contrôler le respect de ces principes. Le contractant informera ses employé-e-s et sous-traitants de ce que la GIZ a, en la personne de l'avocat M<sup>e</sup> Edgar Joussen, mandaté pour le traitement confidentiel de cas suspects un médiateur externe qui garantit le plus strict anonymat aux personnes susceptibles d'apporter des indications utiles, en particulier sur des faits présumés de corruption.

Le contractant déclare qu'il s'abstiendra, dans le cadre de l'exécution du contrat, de passer des marchés de sous-traitance avec des personnes et entités de fiabilité douteuse.

Le contractant s'abstiendra, dans le cadre d'une procédure d'adjudication en cours, d'entrer en contact avec des personnes extérieures à l'entité de la GIZ chargée de la gestion des contrats qui sont impliquées dans cette même procédure. Le contractant sollicitera les renseignements dont il a besoin concernant la procédure d'adjudication en cours exclusivement par écrit auprès de l'unité organisationnelle compétente au sein de la GIZ, la division Achats et contrats, qui coordonne également les réponses à donner aux questions d'ordre technique. Le contractant est parfaitement conscient qu'il risque sinon d'être exclu de la compétition.

### **Primauté des règles propres de la GIZ**

Nous nous engageons à reconnaître la primauté de toutes les clauses qui seront introduites dans la procédure de passation avec les documents du marché par le pouvoir adjudicateur (GIZ) et déclarons qu'hormis les contenus de l'offre soumise, aucun autre contenu provenant, par exemple, de contrats préliminaires ou d'autres documents, et plus particulièrement de nos propres conditions générales, ne sera intégré à l'offre.

**En envoyant ce document via la place virtuelle de passation des marchés de la GIZ, je certifie / nous certifions que les informations fournies ci-dessus sont exactes et complètes.**

**Termes de référence (TdR) pour les achats de prestations de services d'une valeur inférieure au seuil de l'UE**



CONFIDENTIAL

---

<b>CAMPAGNE DE SENSIBILISATION POUR L'ACCOMPAGNEMENT DE LA MISE EN SERVICE DU BHNS</b>	<b>Numéro du projet / unité de gestion :</b> <b>18.2114.9-001.00</b>
--	---

---

0.	Liste des sigles et abréviations .....	2
1.	Contexte .....	3
2.	Missions du contractant.....	5
	Délais et livrables de la prestation .....	13
3.	Conception .....	19
	Conception technique et méthodologique .....	19
4.	Concept du personnel .....	20
5.	Consignes de calcul .....	23
	Affectation du personnel .....	23
	<b>Consignes relatives au format de l'offre .....</b>	<b>25</b>
6.	CONTENU DU DOSSIER DE L'OFFRE .....	25
7.	EXIGENCE EN MATIERE DE PROTECTION DES DONNEES .....	26
8.	Annexes .....	26

S. 0 A-KA

**0. Liste des sigles et abréviations**

BHNS	Bus à Haut Niveau de Service
BMZ	Ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung)
Conditions générales	Conditions générales relatives à la fourniture de services et d'ouvrages pour la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
DKTI VI	Mobilité durable sur la base des énergies renouvelables
DRE SM	Direction Régionale de l'Environnement Souss Massa
FAQ	Foire Aux Questions
GES	Gaz à Effet de Serre
H/J	Homme/Jour
JE	Jour(s) d'expert·e
KPI	Indicateur Clé de Performance (Key Performance Indicator)
M-3 / M-1 / J-30 / J-15 / J-7	Mois/Jours avant un événement
MTEDD	Ministère de la Transition Énergétique et du Développement Durable
NMD	Nouveau Modèle de Développement
PCS	Plan de Communication Stratégique
SDL GAMDU	Société de Développement Local du Grand Agadir pour la Mobilité et les Déplacements Urbains
SNDD	Stratégie Nationale de Développement Durable
SNEE	Stratégie Nationale d'Efficacité Énergétique

## 1. Contexte

En raison des contraintes qui pèsent sur son développement économique, avec une croissance du PIB qui s'est contractée à une moyenne de 1,25 % entre 2020 et 2023 (2,3 % en 2019), le Maroc est confronté au défi de rendre son secteur des transports et de la mobilité, durable et inclusif. Ce secteur représente le plus grand consommateur national d'énergie (38 % de la consommation totale), dépend à hauteur de 98% de carburants fossiles importés ce qui impacte négativement la balance des paiements et se positionne parmi les premiers émetteurs de CO<sub>2</sub> (30% des émissions totales).

Dans ce cadre, afin d'améliorer les conditions pour développer la mobilité durable au niveau national et dans le Grand Agadir, le Ministère de Transition Énergétique et du Développement Durable (MTEDD) est appuyé par la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH à travers la mise en œuvre du projet de coopération maroco-allemande, de « Mobilité durable sur la base des énergies renouvelables au Maroc » (DKTI VI), mandaté par le Ministère fédéral allemand de la Coopération économique et du Développement (BMZ), en partenariat avec d'autres partenaires et acteurs publics et privés concernés.

L'objectif du projet est de soutenir les efforts du Maroc pour atteindre les objectifs de sa politique de développement durable et décarboniser progressivement le secteur des transports et de la mobilité, notamment à travers une traduction opérationnelle de quelques orientations du Nouveau modèle de développement (NMD) ainsi que la contribution à la réalisation des objectifs de la Stratégie Nationale de Développement Durable (SNDD), de la Stratégie Nationale d'Efficacité Énergétique (SNEE) et de la Stratégie Bas Carbone 2050.

En collaboration avec le **Ministère de la Transition Énergétique et du Développement Durable (MTEDD)** et les autres parties prenantes, le projet élabore des politiques et des directives portant sur des thématiques clés, telles que l'intégration des différents modes de transport (multimodalité), la digitalisation et l'accessibilité d'une mobilité inclusive pour toutes et tous.

En partenariat avec les acteurs clé à l'échelle du Grand Agadir notamment la Wilaya de la Région SM, la DRE SM, le GAMDU ainsi que d'autres acteurs locaux, il conçoit des plans d'action et met en œuvre des projets pilotes dans ces mêmes domaines :

**Multimodalité** : Le projet vise à développer des réseaux de transport interconnectés et performants en favorisant l'intégration de plusieurs modes de transport, notamment les tramways, les lignes de bus et de Bus à Haut Niveau de Service (BHNS), la marche, le vélo, ainsi que les taxis et les nouveaux services de mobilité.

**Digitalisation** : Le projet accompagnera la transformation numérique des systèmes de transport en exploitant les avancées technologiques. Il explorera notamment le potentiel de l'Intelligence Artificielle (IA) pour optimiser les opérations, fluidifier la gestion du trafic et améliorer l'expérience des usagers grâce à des services intelligents et connectés.

**Inclusivité** : Le projet mettra l'accent sur des solutions de mobilité accessibles et inclusives, intégrant une approche sensible au genre, tout en veillant à l'abordabilité et à l'accessibilité pour les personnes à mobilité réduite (PMR). L'objectif est d'assurer que les systèmes de transport répondent aux besoins de tous les citoyens, sans exclusion.

Dans cette perspective, Agadir s'apprête à lancer la première ligne de Bus à Haut Niveau de Service (BHNS), baptisée « **Amalway Agadir Trambus** ». Inscrit au cœur du Programme de Développement Urbain d'Agadir 2020-2024, lancé par Sa Majesté le Roi Mohammed VI, ce projet emblématique intervient à un moment clé où Agadir se prépare à accueillir des événements internationaux majeurs, tels que la Coupe d'Afrique des Nations 2025 et la Coupe du Monde 2030.

Doté de voies réservées, d'une fréquence élevée et d'un niveau de confort optimal, ce nouveau mode de transport répond aux enjeux croissants de mobilité urbaine tout en contribuant au rayonnement national de la ville.

Cependant, au-delà de sa réussite technique, le succès réel du BHNS dépend principalement de son **acceptation effective** par les usagers. Le passage à ce mode de transport innovant suppose un changement important des comportements et des habitudes quotidiennes. Il est donc primordial d'informer la population sur son fonctionnement (itinéraires, horaires, tarification électronique) et de valoriser ses nombreux avantages en termes de gain de temps, de sécurité, de confort et de contribution environnementale.

Dans cette optique, la mise en œuvre d'une campagne de sensibilisation structurée, inclusive et innovante est indispensable. Cette campagne devra être soigneusement articulée autour du calendrier de mise en service du BHNS, comprenant une phase d'information préalable, un accompagnement intensif lors du lancement et un suivi dans la durée pour renforcer les acquis. Elle devra mobiliser des outils et des approches créatives, adaptés aux réalités socio-économiques, culturelles et générationnelles, afin de garantir une adhésion large et durable au projet.

L'objectif ultime de cette démarche est de susciter une réelle appropriation collective du BHNS par l'ensemble des habitants de la ville, afin que ce projet structurant puisse pleinement atteindre ses objectifs de mobilité durable et inclusive.

### **Objectifs de la prestation**

L'objectif global de la mission est d'assurer le succès du lancement du BHNS d'Agadir et son appropriation par le public, grâce à une stratégie de communication et de marketing complète, engageante et bien coordonnée. Plus spécifiquement, la campagne de communication devra atteindre les objectifs suivants :

- **Diffuser une information claire et accessible sur les bénéfices du BHNS**, en mettant en lumière ses apports concrets en matière de mobilité durable, de fluidité urbaine et d'accessibilité pour tous. Il s'agira de valoriser les attributs essentiels du nouveau système – rapidité, régularité, confort – et d'en faire une solution de mobilité de référence auprès des habitants d'Agadir.
- **Accompagner les usagers dans la découverte et la maîtrise du fonctionnement du BHNS**, en détaillant les modalités d'usage du service : billetterie, grille tarifaire, principes d'intermodalité avec les autres modes de transport, accessibilité universelle, et règles de civilité à bord. L'objectif est de favoriser une appropriation fluide et sereine du système, de sorte que chaque citoyen puisse s'y repérer aisément et en devenir un acteur autonome.
- **Promouvoir l'usage des parkings relais pour encourager l'adoption du BHNS et réduire la pression automobile dans les zones denses**. La campagne visera les automobilistes, en valorisant les atouts du report modal vers le BHNS. Elle s'appuiera sur une signalétique adaptée et des outils de communication clairs pour orienter vers les parkings relais existants ou prévus. Elle rappellera également l'interdiction stricte de stationner le long des voies réservées au BHNS.

- **Renforcer l'attractivité du BHNS à travers une sensibilisation aux externalités positives du projet**, tant sur le plan environnemental que socio-économique. La communication devra mettre en exergue la contribution du système à la diminution des nuisances (pollution de l'air et sonore), à l'optimisation du temps de trajet, à la dynamisation économique des quartiers desservis et à l'amélioration de la sécurité routière.
- **Développer le sens d'appartenance au Projet de Transport et lutter contre le vandalisme**, en comprenant les motivations sous-jacentes de ces actes et en favorisant la participation citoyenne dans la lutte contre ce phénomène. Face à des infrastructures de transport public souvent perçues comme dénuées d'appartenance, il est essentiel de promouvoir le sens civique parmi les citoyens.
- **Forger une identité visuelle forte et une image de marque distinctive pour le BHNS d'Agadir**, en véhiculant une esthétique moderne, une convivialité affirmée et une fiabilité sans compromis. L'objectif est de créer une reconnaissance immédiate du service dans l'espace public et dans l'imaginaire collectif.
- **Impliquer l'ensemble des parties prenantes dans une dynamique participative et inclusive**, en fédérant les citoyens, les institutions, les opérateurs privés et les composantes de la société civile autour du projet. Cette mobilisation passera par une communication transparente et des dispositifs de concertation réguliers.

En définitive, la mission de communication devra accompagner le processus de mise en service du BHNS **de bout en bout – en amont, pendant et en aval de son lancement** – afin de garantir une adhésion massive, une utilisation optimale dès les premiers jours, et une consolidation progressive de son image positive dans la durée.

## **2. Missions du contractant**

Le soumissionnaire sera chargé de concevoir et de déployer **une campagne de communication à 360°** dédiée au BHNS d'Agadir, couvrant intégralement **l'ensemble des phases du projet (pré-lancement, lancement et post-lancement) comme précité**. Les prestations attendues sont structurées ci-après en plusieurs missions distinctes, chacune correspondant à un volet stratégique de la communication autour du BHNS. L'ensemble de ces missions devra être mené par le soumissionnaire selon une **approche cohérente et harmonisée, en conformité avec une feuille de route globale préalablement validée par l'équipe du projet et les partenaires clés**.

### **2.1 Mission 1 : Phase de pré-lancement du BHNS : « Préparer, mobiliser & sensibiliser »**

La phase de pré-lancement constitue le socle fondamental de la stratégie de communication du BHNS d'Agadir ; elle se déroulera durant la phase de « marche à blanc » précédant le lancement/l'inauguration officiel du BHNS. Elle a pour vocation de bâtir une image de service solide, de préparer les esprits à l'arrivée d'un mode de transport innovant, et de fédérer l'ensemble des parties prenantes autour de cette transformation majeure de la mobilité urbaine. Cette phase repose sur une série d'actions planifiées, structurées et interconnectées, qui s'articulent autour d'une vision claire : **faire du BHNS un service reconnu, compris, attendu et utilisé**.

#### **2.1.1 Mise en œuvre d'un Plan de Communication Stratégique (PCS)**

Le soumissionnaire est tenu d'élaborer, dès le démarrage de sa mission, un **plan de communication stratégique global**, couvrant l'ensemble du cycle du projet (pré-lancement, lancement, post-lancement). Ce plan devra définir les **objectifs de communication**, identifier et segmenter les **publics**

**cibles**, préciser les **messages clés** à adresser à chaque catégorie d'acteurs, et proposer les **canaux et formats les plus adaptés**.

Il devra également proposer un **calendrier prévisionnel des actions**, un cadre de suivi-évaluation intégrant des **indicateurs de performance (KPI)**, et une grille de cohérence garantissant l'alignement entre les différents volets de communication (branding, mobilisation, digital)

**Le soumissionnaire devra donc fournir :**

- Un document de stratégie de communication intégrée ;
- Une cartographie des groupes cibles avec fiches-profil ainsi que leur degré d'influence ;
- Un référentiel de messages par public ;
- Une proposition de tonalité éditoriale et graphique en harmonie avec l'identité existante « d'Amalway Agadir Trambus » ;
- Un échéancier synthétique des grandes actions de communication ;
- Un cadre logique d'évaluation (indicateurs, outils de suivi, fréquence des rapports).

#### **2.1.2 Déploiement de l'identité de marque et des supports de communication**

L'identité visuelle du BHNS d'Agadir incluant le nom « Amalway Agadir Trambus », le logo officiel ainsi que le site web ayant d'ores et déjà été conçue, le soumissionnaire est tenu d'en assurer le **déploiement cohérent, rigoureux et homogène** sur l'ensemble des supports de communication à produire, tant dans l'espace public que sur les canaux digitaux.

Ce déploiement doit permettre de **crystalliser l'univers visuel du BHNS** dans l'esprit du public, d'instaurer une image forte, lisible et immédiatement identifiable, et d'ancrer durablement la marque dans le paysage urbain d'Agadir. Il devra reposer sur une **interprétation fidèle et créative** des éléments constitutifs de la charte graphique, en veillant à maintenir une parfaite cohérence entre les formats (grands et petits), les contextes d'utilisation (information voyageurs, publicité, signalétique, objets promotionnels), et les publics cibles.

Le soumissionnaire devra également proposer des **adaptations visuelles pertinentes**, en tenant compte des spécificités linguistiques, culturelles et spatiales du territoire, et en assurant une déclinaison harmonieuse de l'identité visuelle dans un cadre multilingue (français et arabe, Amazigh et éventuellement anglais pour les supports touristiques).

Il lui incombe également de **définir des principes de hiérarchisation de l'information** sur les différents supports, afin de garantir une lisibilité optimale, un parcours usager fluide et une expérience de communication claire, attractive et inclusive.

**À ce titre, le soumissionnaire devra produire, au minimum :**

- **La signalétique directionnelle et temporaire** : élaboration des supports de signalétique provisoire (type « Arrive bientôt ») ainsi que la signalétique permanente de guidage **vers les stations**. Le soumissionnaire devra également fournir des visuels pour les **panneaux de jalonnement routier ou de rabattement vers les parkings existants**.

- **Les supports imprimés destinés au grand public** : création de l'ensemble des documents d'information nécessaires à la sensibilisation et à l'accompagnement des usagers, tels que :
  - Flyers de présentation du BHNS (services, avantages, fonctionnement) ;
  - Brochures explicatives détaillant l'offre, les horaires, le plan du réseau, les tarifs ;
  - Guides d'utilisation illustrés (ex. : « Comment utiliser le Trambus ? ») ;

Tous ces supports devront être produits en **français et en arabe et en langue Amazigh** avec une attention particulière portée à l'équilibre des contenus, à l'ergonomie de lecture et à la qualité graphique.

- **Les déclinaisons graphiques pour l'affichage urbain** : déclinaison de visuels grands formats adaptés à différents supports physiques abribus, panneaux 4x3, kakémonos, banderoles, écrans numériques si disponibles. Les visuels devront être conçus pour une lecture rapide et un impact visuel fort, en particulier sur les axes à forte circulation ou dans les zones stratégiques de la ville.
- **Le kit de communication digitale** : développement d'un ensemble d'outils numériques adaptés aux différents canaux de diffusion en ligne, comprenant notamment :
  - Bannières web et encarts publicitaires pour les portails d'information ;
  - Création de gabarits pour les publications sur les réseaux sociaux (posts, stories, reels), accompagnée d'un développement de partenariats avec des influenceurs ;
  - **Vidéos de promotion du service (Minimum 3)** : le soumissionnaire devra concevoir plusieurs formats vidéo notamment des teasers de lancement multilingue, des capsules explicatives et des tutoriels animés destinés à illustrer les fonctionnalités, les avantages et les modalités d'utilisation du BHNS.

Les storyboards de ces vidéos devront impérativement faire l'objet d'une **concertation préalable avec l'équipe projet ainsi qu'avec les partenaires clés impliqués**, afin de garantir la pertinence des messages, l'exactitude des contenus techniques et l'alignement avec les orientations stratégiques du projet ;

- **Les contenus d'enrichissement du site web** : le soumissionnaire devra proposer des textes, visuels, infographies, vidéos ou modules interactifs destinés à compléter et actualiser le site web existant. Ces contenus devront valoriser les points forts du BHNS, répondre aux questions pratiques des usagers, et refléter fidèlement l'univers graphique de la marque.
- **Presse et spot Radio** : Le soumissionnaire devra concevoir et produire des contenus pour la presse écrite (articles, publipédagogiques, annonces) et des capsules radio (sans diffusion).

**Tous les contenus devront être fournis avec les fichiers sources (InDesign, Illustrator, Photoshop ou autres) et en formats prêts à l'emploi.**

### 2.1.3. Lancement de la Campagne de sensibilisation Grand Public

Dans le cadre de la phase de pré-lancement, le soumissionnaire devra initier le déploiement effectif de la campagne de communication grand public, à destination des usagers actuels et potentiels du BHNS d'Agadir.

Il est impératif que cette campagne s'appuie sur l'ensemble des supports et outils produits lors des étapes précédentes, en particulier ceux conçus dans le cadre du déploiement de l'identité de marque (2.1.2). Les visuels, vidéos, gabarits de publications, messages clés, signalétiques et **documents imprimés validés devront être utilisés comme socle de diffusion afin d'assurer une cohérence optimale entre les différentes composantes de la communication.**

La campagne devra être structurée comme un dispositif évolutif, rythmé et multicanal, combinant des actions de communication dans l'espace public (affichage, stands, animations), des contenus médiatiques (relations presse, radio), une stratégie digitale active (réseaux sociaux, web, formats interactifs), et des actions de proximité sur le terrain (quartiers, écoles, lieux publics). Elle devra répondre à plusieurs objectifs spécifiques :

- Susciter la **curiosité**, puis l'**adhésion** progressive des habitants du Grand Agadir autour du nouveau service ;
- Clarifier de manière pédagogique **ce qu'est le BHNS**, en quoi il se différencie d'un bus classique, comment il s'utilise, et en quoi il répond aux enjeux de mobilité de la ville ;
- Créer un **sentiment d'anticipation positive**, en diffusant les bénéfices attendus (gain de temps, régularité, confort, accessibilité, impact écologique) ;
- **Rassurer et accompagner** les publics peu familiers des transports collectifs structurants, en simplifiant les messages, en vulgarisant les informations pratiques et en mettant en scène des témoignages proches du quotidien des usagers ;
- Mobiliser les relais locaux (associations, commerçants, influenceurs, établissements éducatifs, leaders d'opinion) pour renforcer l'**effet viral et participatif** de la campagne ;
- **Prévenir les actes de vandalisme et d'incivilités** en instaurant une relation de proximité entre le public et le projet : il s'agira de **favoriser l'appropriation citoyenne du BHNS** et du nouveau réseau de bus conventionnel et d'encourager une perception positive et protectrice de ce nouvel outil de mobilité, à travers des messages de responsabilisation clair en « **dialecte marocain** », des actions de sensibilisation ciblées et des figures locales porteuses de confiance.

#### a. Approche par publics cibles

Le soumissionnaire devra développer une **stratégie segmentée par cible**, en adaptant les messages, les formats et les canaux en fonction des publics visés. À titre indicatif, il conviendra de prévoir des approches spécifiques pour :

- Les **usagers des transports en commun existants** (information sur la transition ou la complémentarité avec les lignes actuelles) ;
- Les **automobilistes**, avec des messages incitatifs basés sur la comparaison des temps de trajet, les économies réalisées, ou l'impact écologique ;

- Les **étudiants** et jeunes actifs, sensibles à l'innovation, aux outils numériques et aux services pratiques ;
- Les **commerçants** et riverains du tracé, souvent inquiets ou mal informés, à rassurer via des messages de proximité ;
- Les **personnes âgées** et publics spécifiques, nécessitant une approche plus pédagogique et rassurante sur l'accessibilité et la simplicité d'usage du service.

L'ensemble de ces messages devra être **trilingue (français/arabe et Amazigh)**, culturellement pertinent, et décliné sur des supports adaptés.

#### **b. Dispositif de communication attendu**

Le dispositif devra se déployer de manière **progressive et synchronisée** avec l'avancement du projet technique. Le soumissionnaire devra prévoir des **vagues successives de communication**, intensifiant la fréquence et la visibilité des actions à mesure que la date de mise en service approche (par exemple à, M-3, M-1, puis à J-30, J-15, J-7).

Les composantes suivantes sont attendues :

- **Communication médiatique et relations presse**

Le soumissionnaire devra organiser une stratégie de présence dans les médias locaux et régionaux (presse écrite, radio, sites d'information), incluant :

- Exploitation des éléments médias validés (communiqués, dossier de presse, citations des partenaires) ;
- Planification de diffusions dans les médias régionaux et locaux (presse écrite, web) ;
- Organisation de points presse ou interviews clés, en lien avec le calendrier du projet ;
- Mise à disposition d'éléments de langage cohérents pour les porte-paroles officiels.

- **Affichage et visibilité dans l'espace urbain**

La campagne d'affichage devra être **omniprésente et percutante** sur l'ensemble du territoire d'Agadir. Le soumissionnaire devra proposer des visuels déclinés pour :

- Production des **visuels grands formats** (panneaux 4x3, totems) ;
- Conception visuelles **banderoles, kakémonos** pour ancrer la visibilité du service.

Les messages devront adopter un ton **positif, clair et visuellement impactant**, reprenant les couleurs et éléments de la charte graphique du BHNS.

- **Contenus et animation digitale**

Le soumissionnaire est tenu d'entamer une **campagne digitale cohérente, active et engageante**, centrée sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, LinkedIn), le site web et les outils de communication mobile en déployant les produits digitaux conçus et validés en 2.1.2 à savoir :

- Des mini-séries vidéo pédagogiques (ex. : « Le BHNS en 3 minutes », « Votre futur trajet expliqué », « Votre nouveau réseau bus schématisé et expliqué, etc. ) ;
- Des **reels**, stories animées et formats interactifs (quiz, sondages, décomptes J-30/J-15...) ;
- Des visuels adaptés aux différents formats (posts, carrousels, stories sponsorisées, headers...) ;
- Des tutoriels visuels ou animés expliquant les étapes de l'expérience usager ;

- **Animation de terrain et actions de proximité**

La communication doit être **visible et tangible dans la vie quotidienne des habitants**. Le soumissionnaire devra prévoir des actions de proximité telles que :

- La tenue de **stands mobiles d'information** dans les quartiers, marchés ou places publiques ;
- Distribution de kits de sensibilisation : flyers, dépliants, guide d'utilisation.
- L'organisation d'**animations thématiques** dans les établissements scolaires.

Le soumissionnaire devra fournir :

- Un **plan de déploiement opérationnel** de la campagne de pré-lancement, comprenant : objectifs, cibles, calendrier des actions, canaux mobilisés, indicateurs de suivi ;
- Un **kit média complet**, comprenant : communiqués de presse, dossier de presse institutionnel, éléments de langage destinés aux porte-paroles ;
- Les **visuels d'affichage** du réseau de Bus et BHNS pour tous les formats physiques prêts à l'impression ;
- Le Planning de diffusion des **contenus digitaux préétablis** : vidéos, visuels réseaux sociaux, réels, mini-séries, bannières web ;
- Un **plan d'animation terrain**, précisant les formats, les lieux, le calendrier, les équipes mobilisées, les outils de contact et de diffusion ;
- Un ensemble de supports physiques à distribuer : flyers, brochures pédagogiques ;

- c. **Communication promotionnelle sur l'application intégrée au service de la mobilité durable**

Dans le cadre du projet, une **application mobile intégrée** est en cours de développement afin d'offrir aux usagers une expérience complète et innovante de la mobilité durable.

Elle vise à :

- Mettre à disposition des informations en temps réel sur les différents modes de transport disponibles (BHNS, bus urbains, taxis, vélos, etc.) ;
- Faciliter la planification des trajets multimodaux grâce à un comparatif en termes de temps, coût et impact environnemental ;
- Intégrer des fonctionnalités complémentaires (suggestions de parcours doux, informations touristiques et culturelles, etc.) ;
- Encourager une mobilité décarbonée, inclusive et accessible pour tous.

Le soumissionnaire sera tenu de concevoir et de mettre en œuvre une **campagne promotionnelle dédiée à l'application intégrée au service de mobilité durable**. Cette campagne devra avoir pour objectif de **faire connaître l'application auprès du grand public, d'inciter son téléchargement et d'encourager son utilisation effective** comme outil facilitant la mobilité urbaine durable.

- Le prestataire devra notamment :
- Élaborer une **stratégie promotionnelle ciblée**, adaptée aux différents segments de la population (jeunes, travailleurs, étudiants, touristes)
- Concevoir et diffuser des **supports de communication attractifs** (visuels, vidéos, spots radios, contenus digitaux et réseaux sociaux).
- Mettre en place des **actions de proximité** (animations, démonstrations, ateliers de sensibilisation) pour présenter l'application et ses fonctionnalités.
- Proposer un **plan média digital et physique** visant à maximiser la visibilité de l'application.

Le soumissionnaire est tenu de se concerter régulièrement avec le prestataire chargé du développement de l'application pour garantir la cohérence entre les fonctionnalités offertes et les messages diffusés ainsi qu'avec l'ensemble des parties prenantes impliquées.

## **2.2 Mission 2 : Phase de lancement et post-lancement du BHNS : « Dévoiler, accompagner & fidéliser »**

### **2.2.1. Accompagnement des premiers jours d'exploitation**

Le lancement du BHNS nécessite un **accompagnement sur le terrain des premiers usagers**, afin d'assurer une prise en main fluide, rassurante et positive du service. Le soumissionnaire devra mettre en place un **dispositif d'accueil et d'orientation temporaire**, visible et bien identifié dans les stations principales, en coordination avec les équipes opérationnelles.

Ce dispositif comprendra notamment :

- La présence d'**agents d'information** (formés en amont) aux points névralgiques du réseau, pour guider les usagers, répondre aux questions et distribuer des documents ;
- La **distribution de guides simplifiés d'utilisation**, plans du réseau, brochures horaires... ;

- L'**actualisation permanente du site web et des comptes sociaux**, pour fournir des informations en temps réel ;
- La création d'un **canal dédié de remontée des questions ou difficultés** rencontrées

Le soumissionnaire est donc tenu de fournir :

- Un **plan opérationnel d'accompagnement terrain** : affectation des équipes, carte des points d'accueil, matériels distribués, horaires de présence ;
- Un **kit usager spécial "premiers trajets"** : brochure simplifiée, carte du réseau, FAQ papier avec code QR à scanner ;
- Des **éléments de langage pour les agents**, pour un discours unifié et rassurant ;
- Un **planning éditorial de lancement**, avec publications quotidiennes ou hebdomadaires sur les réseaux sociaux (stories de terrain, témoignages, FAQ).

### 2.2.2. Phase post-lancement

La phase post-lancement constitue une séquence déterminante pour transformer l'élan initial suscité par l'inauguration du BHNS en **adhésion durable, usage régulier et appropriation collective**. Elle correspond à la période sensible des **premiers mois d'exploitation**, durant laquelle le service est observé, évalué et progressivement adopté — ou rejeté — par les usagers et l'opinion publique.

Le soumissionnaire est tenu de concevoir et mettre en œuvre une **campagne post-lancement structurée**, évolutive et réactive, dont l'objectif est de :

- Renforcer la notoriété et l'image du BHNS dans le temps ;
- Soutenir l'usage effectif et régulier du service ;
- Maintenir une communication claire, transparente et pédagogique ;
- Gérer la réputation du service, y compris en situation de crise ou de critiques (tout acte de vandalisme doit faire l'objet d'un plan de communication de crise qui doit être médiatisé très fortement) ;
- Collecter et analyser les retours du public pour ajuster la stratégie si nécessaire.

Cette mission s'inscrit dans une **logique de pérennisation** du travail de communication engagé, et doit permettre de **capitaliser sur l'effet d'inauguration** pour construire une communauté d'usagers informés, satisfaits et engagés.

#### a. Déploiement de la campagne post-lancement

Le soumissionnaire devra planifier une campagne de communication ciblée sur les usagers existants et les usagers potentiels non encore convertis, en insistant sur les bénéfices concrets du BHNS observés après mise en service (gain de temps, confort, sécurité, régularité).

La communication devra mettre en avant les témoignages positifs d'usagers pionniers (*exemple* : « J'ai gagné 20 minutes par jour grâce au BHNS ! », « Je suis étudiante et je me déplace en toute sécurité en

**BHNS »)** valoriser les résultats initiaux (chiffres de fréquentation, réduction de trafic, impact environnemental estimé), diffuser de manière répétée les informations pratiques (horaires, évolution des services), inciter à tester le service pour les retardataires, notamment à travers des campagnes de rappel, maintenir une animation continue sur les réseaux sociaux, en renforçant le lien avec la communauté, organiser des actions de terrain dans les quartiers ou zones moins atteintes par la communication initiale.

**Le soumissionnaire est donc tenu de fournir :**

- Un plan de communication post-lancement, structuré autour de 2 à 3 mois de campagne. Ce plan comprendra : objectifs, cibles, messages prioritaires ; planning détaillé des actions (hebdomadaire ou bihebdomadaire) ; médias et canaux utilisés ; responsabilités de mise en œuvre ; indicateurs de performance.
- Une série de contenus éditoriaux et visuels (posts, vidéos, témoignages, carrousels, capsules chiffrées) valorisant les premiers résultats du BHNS.
- Des supports physiques complémentaires si nécessaire (affiches relais dans les pôles d'échanges, flyers dans les administrations, panneaux de retour d'expérience en station...).
- Des rapports d'exécution mensuels, intégrant les actions réalisées, l'évolution des indicateurs et les ajustements apportés.

**b. Gestion de la réputation et communication de crise**

Le soumissionnaire est également tenu de mettre en place un dispositif de veille stratégique et de gestion de l'image du BHNS, afin d'anticiper, détecter et répondre rapidement à toute situation susceptible d'altérer la perception du service.

Il devra assurer une veille presse et réseaux sociaux active (revue de presse, analyse des commentaires et publications), mettre en place un système de suivi des messages critiques (plaintes, incidents, critiques sur les réseaux ou dans les médias), proposer des éléments de réponse calibrés, validés en amont (éléments de langage, communiqués de réaction, visuels explicatifs), déployer, en cas de crise, un plan de communication réactif, en lien avec le maître d'ouvrage et les partenaires.

**Le soumissionnaire est tenu de fournir :**

- Un plan de gestion de la réputation et de communication de crise, avec protocoles d'alerte, niveaux de réponse, outils à mobiliser.
- Une base d'éléments de langage réutilisables, pour anticiper les questions sensibles (retards, pannes, incivilités...).
- Des rapports de veille mensuels, comprenant : analyse des retours usagers ; revue de presse et médias sociaux ; recommandations d'ajustement.

**Délais et livrables de la prestation**

**Le soumissionnaire est tenu d'assurer la conception et la production de l'ensemble des supports graphiques, de communication et digitaux requis. Il est précisé que sa mission ne couvre pas l'impression matérielle de ces supports.**

**Toutefois, afin de permettre au maître d'ouvrage de procéder ultérieurement à l'impression dans les meilleures conditions, le sous-missionnaire doit fournir toutes les spécifications techniques nécessaires, incluant notamment le dimensionnement, la qualité du papier, les formats, ainsi que tout autre paramètre utile à la reproduction fidèle et conforme des supports réalisés.**

Le soumissionnaire est tenu de fournir les livrables figurant sur le tableau ci-après :

Termes de référence (TdR) pour les achats de prestations de services d'une valeur inférieure au seuil de l'UE

Missions	Livrables attendus	Responsable	Nombre de jours-homme (H/J)	Date de remise des livrables et lieu
<p><b>Mission 1</b></p> <p><b>Phase de pré-lancement du BHNS : « Préparer, mobiliser &amp; sensibiliser »</b></p>	<p><b>Réunion de cadrage</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Document de stratégie de communication intégrée</li> <li>○ Cartographie des groupes cibles avec fiches-profil</li> <li>○ Référentiel de messages par public</li> <li>○ Proposition de tonalité éditoriale et graphique</li> <li>○ Échéancier des actions de communication</li> </ul>	<p>Chef.fe de projet</p>	<p>20 EJ</p>	<p>20 Jours ouvrables après la signature du contrat</p> <p><b>Agadir</b></p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>Maquettes graphiques et identité visuelle :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Une carte schématisée du tracé de la ligne BHNS est des lignes du BUS qui ont été restructurée autour</li> <li>○ Signalétique directionnelle, incluant l'orientation vers les stations et les parkings existants</li> <li>○ Conception graphique pour l'affichage urbain (abribus, 4x3, totems)</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Supports de communication à destination du public :</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Flyers de présentation, brochures explicatives, dépliants pédagogiques</li> <li>○ Kit de communication digitale : bannières web, gabarits pour les réseaux sociaux (posts, stories, reels), mini-séries vidéo, tutoriels animés</li> <li>○ Contenus éditoriaux pour le site web du BHNS : textes, visuels, infographies, modules interactifs</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Ressources médias et relations presse</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Communiqués de presse</li> <li>○ Éléments de langage destinés aux porte-paroles</li> <li>○ Planification détaillée des interventions dans les médias (presse écrite et web)</li> </ul> </li> <li>➤ <b>Planification stratégique et opérationnelle</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Expert.e communication digitale et animation réseaux sociaux</li> <li>○ Expert.e création visuelle et contenus audiovisuels</li> <li>○ Expert.e terrain et mobilisation communautaire</li> </ul>	<p>55 EJ</p>	<p>55 jours ouvrables après la réunion de cadrage</p> <p><b>Agadir</b></p>

S. O. Akh

	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Plan de déploiement de la campagne de pré-lancement : objectifs, cibles, calendrier des actions</li> <li>○ Planning coordonné de diffusion des contenus digitaux sur les différents canaux (réseaux sociaux, plateformes, presse en ligne)</li> <li>○ Plan d'animation terrain : typologie des actions, lieux ciblés, calendrier de déploiement, équipes mobilisées</li> <li>➤ <b>Campagne promotionnelle sur l'application intégrée au service de la mobilité durable</b></li> <li>○ Note conceptuelle détaillant la stratégie et les axes de la campagne ;</li> <li>○ Plan de communication et calendrier opérationnel ;</li> <li>○ Supports créatifs (visuels, vidéos, contenus digitaux)</li> </ul>			
--	--	--	--	--

S.O  
ALM

<p><b>Mission 2</b></p> <p><b>Phase post-lancement du BHNS : « Dévoiler, accompagner et fidéliser »</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Plan opérationnel d'accueil des usagers</li> <li>○ Kit usager spécial premiers trajets en arabe, français et anglais (brochure, fiche, carte du réseau)</li> <li>○ Plan de communication post-lancement (2-3 mois intensifs + suivi léger)</li> <li>○ Contenus visuels et éditoriaux valorisant les retours d'expérience</li> <li>○ Affiches relais, flyers complémentaires</li> <li>○ Rapports d'exécution mensuels</li> <li>○ Plan de gestion de la réputation et communication de crise</li> <li>○ Base d'éléments de langage réutilisables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Chef.fe de projet</li> <li>○ Expert.e communication digitale et animation réseaux sociaux</li> <li>○ Expert.e création visuelle et contenus audiovisuels</li> <li>○ Expert.e terrain et mobilisation communautaire</li> </ul>	<p>75 EJ</p>	<p>75 jours ouvrables après l'achèvement de la mission 1</p> <p><b>Agadir</b></p>
<b>TOTAL</b>			<b>150 EJ</b>	

P.O  
ATA

**Durée de la mission : du 13 octobre 2025 au 30 septembre 2026**

**Cet Appel d'Offres est destiné aux boîtes de communication.**

MAKH  
S.O

# Termes de référence (TdR) pour les achats de prestations de services d'une valeur inférieure au seuil de l'UE

## Examen et validation des livrables

Chaque rapport relatif à une mission devra être recevable conformément aux délais indiqués dans le tableau ci-dessus sous format électronique et en version papier. Une version provisoire devra être soumise et fera l'objet d'une instruction d'une durée de **cinq (5) jours ouvrables** par l'équipe du projet et les partenaires clés concernés. Après réception des remarques, le soumissionnaire sera tenu d'effectuer les reprises nécessaires et de livrer la version définitive des rapports dans un délai de **huit (8) jours ouvrables**.

Chaque fin de mission sera marquée par la **convocation d'un comité technique de pilotage**, réunissant la GIZ et ses **partenaires institutionnels majeurs**, notamment la **DRE Souss Massa (DRE SM)**, la **Wilaya de la Région SM** ainsi que la **SDL GAMDU**, afin d'examiner et de valider les livrables produits

L'ensemble des livrables convenus dans le cadre de la prestation seront la propriété intellectuelle de la GIZ et ses partenaires. Ils devraient être structurés, livrés en version accessibles et éditable. Ils devront également prendre en considération la charte graphique GIZ-MTEDD (en version Word et PowerPoint exploitables) qui sera transmise par l'équipe GIZ en charge de la présente prestation. Les livrables revêtent un caractère confidentiel et privé, par conséquent, aucune communication ou publication, quelle que soit sa forme, ne serait autorisée sans l'accord préalable et écrit de la part de la GIZ et ses partenaires concernées notamment : **la Wilaya de la Région SM, la DRE SM, La SDL GAMDU**.

## **3. Conception**

Le soumissionnaire doit montrer dans son offre *comment* les prestations mentionnées au chapitre 2 (Mission du contractant) peuvent être fournies, le cas échéant en tenant compte d'autres exigences méthodologiques (conception technique et méthodologique). Le soumissionnaire doit en outre décrire de quelle manière sera organisée la gestion du projet pour la fourniture de prestations.

### **Conception technique et méthodologique**

**Stratégie (1.1)** : Le soumissionnaire doit aborder les tâches lui incombant en se plaçant dans le contexte des objectifs des prestations faisant l'objet de l'appel d'offres (point 1.1.1 du schéma d'évaluation). Ensuite, le soumissionnaire présente et justifie la stratégie explicite qu'il entend mettre en œuvre pour fournir les prestations dont il assume la responsabilité (point 1.1.2 du schéma d'évaluation).

**Coopération (1.2)** : Le soumissionnaire doit présenter les acteurs importants pour les prestations dont il aura la responsabilité et décrire la **coopération** avec ces acteurs (point 1.2.1 du schéma d'évaluation). Il doit élaborer un concept visant le développement et la mise en œuvre de la coopération avec ces acteurs (point 1.2.2 du schéma d'évaluation).

**Structure de pilotage (1.3)** : Le soumissionnaire doit présenter et expliquer l'approche et la démarche qu'il entend adopter pour **piloter** les mesures avec les partenaires du projet (point 1.3.1 du schéma d'évaluation) ainsi que sa contribution au **suivi des résultats** (point 1.3.2 du schéma d'évaluation). Le soumissionnaire doit présenter et expliquer l'approche et la démarche qu'il entend adopter pour **piloter** les mesures avec les partenaires du projet.

**Processus (1.4)** : Le soumissionnaire doit décrire les **processus** essentiels des prestations dont il aura la responsabilité et établir un **plan d'opérations** ou un **planning d'exécution** (point 1.4.1 du schéma

d'évaluation) montrant comment les prestations définies au chapitre 2 (Mission du contractant) seront fournies. Dans ce contexte, il lui est demandé de décrire notamment les étapes de travail nécessaires et de prendre le cas échéant en compte des jalons. Le prestataire devra par ailleurs indiquer comment les contributions des partenaires peuvent être intégrées dans la mise en œuvre des processus (point 1.4.2 du schéma d'évaluation).

#### **Apprentissage et innovation (1.5) : Sans objet**

**Gestion de projet (1.6) :** Le soumissionnaire doit expliquer l'approche et la démarche qu'il entend adopter pour la coordination de ses activités avec le projet de la GIZ. Il doit notamment indiquer les exigences en matière de gestion de projets figurant au chapitre 2 « Mission du contractant » (point 1.6.1 du schéma d'évaluation).

Le soumissionnaire doit établir et expliquer un **planning d'affectation du personnel** (point 1.6.2 du schéma d'évaluation) pour l'ensemble du personnel spécialisé qu'il prévoit de mettre en place ; ce planning devra illustrer les durées d'intervention (périodes et jours d'expert-e) et les lieux d'intervention des différents membres de l'équipe et les affecter aux étapes mentionnées dans le planning d'exécution.

#### **4. Concept du personnel**

Le soumissionnaire doit proposer des personnels pour les postes mentionnés ci-après et décrits en termes de tâches et de qualifications et joindre les curriculums vitæ correspondants (cf. chapitre 7).

Les qualifications énumérées ci-après correspondent aux exigences permettant d'atteindre le total maximal de points dans le cadre de l'évaluation technique.

##### **Chef.fe de projet – Responsable stratégique de la campagne**

###### Tâches principales :

- Coordination générale de la mission, planification stratégique et suivi des livrables ;
- Élaboration et supervision du plan de communication global (pré-lancement, lancement, post-lancement) ;
- Interface entre l'équipe, le maître d'ouvrage et les partenaires clés ;
- Gestion du personnel, supervision des livrables et reporting régulier.

###### Qualifications requises :

- **Formation (2.1.1) :** Diplôme universitaire (BAC+5) en communication ou en marketing, ou en journalisme ou sciences politiques ou en commerce ou gestion ou en ingénierie informatique.
- **Langues (2.1.2) :** Arabe (C1 – niveau avancé 25 %), Français (C1 – niveau avancé 70%) et anglais (B1 – niveau intermédiaire 5%) ;
- **Expérience générale (2.1.3) :** 10 ans d'expérience dans le domaine de la communication
- **Expérience spécifique (2.1.4) :** 7 ans d'expérience dans la mise en œuvre des stratégies de communication ;

- **Expérience en management (2.1.5)** : 5 années d'expériences dans la gestion de projets dans une boîte de communication ;
- **Expérience régionale (2.1.6)** : sans objet ;
- **Expérience de la CD (2.1.7)** : sans objet ;
- **Autres (2.2.8)** : sans objet

**Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux**

Tâches principales :

- Élaboration et mise en œuvre de la stratégie digitale ;
- Création et publication de contenus pour les réseaux sociaux (reels, stories, visuels, vidéos) ;
- Animation de la communauté et gestion des interactions ;
- Suivi analytique des performances digitales.

Qualifications requises :

- **Formation (2.2.1)** : Diplôme universitaire (BAC+5) en communication digitale ou en marketing.
- **Langues (2.2.2)** : Arabe (C1 – niveau avancé 25 %), Français (C1 – niveau avancé 70%) et anglais (B1 – niveau intermédiaire 5%) ;
- **Expérience générale (2.2.3)** : 10 ans dans le domaine de la communication digitale.
- **Expérience spécifique (2.2.4)** : 7 ans dans la production de contenus média sociaux.
- **Expérience en management (2.2.5)** : sans objet
- **Expérience régionale (2.2.6)** : sans objet ;
- **Expérience de la CD (2.2.7)** : sans objet ;
- **Autres (2.2.8)** : Sans objet ;

**Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaire**

Tâches principales :

- Mise en œuvre du plan d'animation terrain (stands, caravanes, animations...) ;
- Coordination avec les associations locales et relais communautaires ;
- Encadrement des équipes d'animation ;

Qualifications requises :

- **Formation (2.3.1) :** Diplôme universitaire (BAC+3) en animation, sociologie ou communication sociale.
- **Langues (2.3.2) :** Français (C1 – niveau avancé 50%) et arabe dialectal courant 50%.
- **Expérience générale (2.3.3) :** 4 ans dans la mobilisation communautaire ou la sensibilisation de proximité.
- **Expérience spécifique (2.3.4) :** 3 ans d'expérience dans le domaine de la communication territoriale
- **Expérience en management (2.3.5) :** sans objet ;
- **Expérience régionale (2.3.6) :** sans objet ;
- **Expérience de la CD (2.3.7) :** sans objet.
- **Autres (2.3.8) :** sans objet.

**Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels**

Tâches principales :

- Conception des visuels, infographies, affiches et supports d'affichage ;
- Production des storyboards et supervision de la création des vidéos promotionnelles et tutoriels ;
- Déclinaison de la charte graphique du BHNS sur tous les supports.

Qualifications requises :

- **Formation (2.4.1) :** Diplôme universitaire (BAC+5) en design graphique ou communication visuelle.
- **Langues (2.4.2) :** Arabe (C1 – niveau avancé 25 %), Français (C1 – niveau avancé 70%) et anglais (B1 – niveau intermédiaire 5%).
- **Expérience générale (2.4.3) :** 10 ans dans le domaine de la communication.
- **Expérience spécifique (2.4.4) :** 7ans dans le domaine du design graphique et la production des supports audiovisuels
- **Expérience en management (2.4.5) :** sans objet ;
- **Expérience régionale (2.4.6) :** sans objet ;
- **Expérience de la CD (2.4.7) :** sans objet ;
- **Autres (2.4.8) :** sans objet.

## 5. Consignes de calcul

### Affectation du personnel

Le nombre total de 150 EJ est réparti comme suit :

<b>Chef.fe de projet – Responsable stratégique de la campagne</b>	<b>35 EJ</b>
<b>Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux</b>	<b>50 EJ</b>
<b>Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaire</b>	<b>30 EJ</b>
<b>Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels</b>	<b>35 EJ</b>
<b>TOTAL</b>	<b>150 EJ</b>

La répartition par mission est présentée comme suit :

Expert (EJ) \ Mission	Chef de projet	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Total EJ par Mission
Mission 1	15	20	20	20	75
Mission 2	20	30	10	15	75
<b>Total EJ</b>	<b>35</b>	<b>50</b>	<b>30</b>	<b>35</b>	<b>150</b>

### Frais d'hébergement, de voyage et de déplacement

Les frais d'hébergement seront remboursés sous forme d'indemnité d'hébergement comme indiqué dans le cadre estimatif détaillé ci-après.

Tous les voyages et déplacements doivent faire l'objet d'une concertation préalable avec la personne responsable du projet.

### Aspects de durabilité en matière de voyages

La GIZ est tenue de réduire les émissions de gaz à effet de serre (émissions de CO<sub>2</sub>) provoquées par les voyages. Lors de l'élaboration de votre offre, veuillez tenir compte des possibilités de parvenir à cette réduction, p. ex. en choisissant la classe de réservation causant le moins d'émissions (classe économique) ou en optant pour les moyens de transport, les compagnies aériennes et les itinéraires présentant la meilleure efficacité en termes de CO<sub>2</sub>. Pour les trajets courts, il convient de privilégier le train (2<sup>e</sup> classe) ou l'e-mobilité.

Les émissions de CO<sub>2</sub> causées par les voyages en avion doivent être compensées. À cet égard, la GIZ prescrit un budget via lequel les coûts de la compensation des émissions de CO<sub>2</sub> peuvent faire l'objet d'un décompte établi sur la base de justificatifs.

Le marché des certificats d'émissions de CO<sub>2</sub> rassemble une multitude de prestataires qui proposent différents critères d'impact sur le climat. La fondation Alliance pour le développement et le climat (site en allemand et en anglais) a publié une liste de normes (en allemand) dont la GIZ recommande l'application.

#### Cadre estimatif détaillé

**Note :** Les déplacements prévus dans le cadre de la mission concernent exclusivement le chef de projet, l'expert.e 1, l'expert.e 2

Jours d'honoraires	Nombre d'expert.e.s	Nombre de jours par expert.e	Total	Observations
<b>Chef.fe de projet – Responsable stratégique de la campagne</b>	1	35	35 EJ	
<b>Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux</b>	1	50	50 EJ	
<b>Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaire</b>	1	30	30 EJ	
<b>Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels</b>	1	35	35 EJ	
Frais de voyage et de déplacement	Quantité	Nombre de jours par expert.e	Total	Observations
<b>Quantité Perdiem Repas 1</b>	3	30	90	351,00 dh perdiem journalier de frais de repas pour les jours de mission avec deux nuitées d'hébergements, (une nuitée la veille et une nuitée le jour même).
<b>Quantité Perdiem Repas 2 (jour de l'aller et de retour)</b>	3	30	90	234,00 dh perdiem journalier de frais de repas pour les jours de voyage (234,00 dh pour le jour de l'aller & 234,00 dh pour le jour du retour).

<b>Indemnité d'hébergement pour le pays d'intervention</b>	3	45	135	Jusqu'à 1200,00dh / nuitée contre facture d'hôtel maximum 4 étoiles
<b>Transport</b>	<b>Quantité</b>	<b>Prix (MAD)</b>	<b>Total (MAD)</b>	<b>Observations</b>
<b>Vols intérieurs</b>	16	800	54 000	
<b>Frais de déplacement (voiture particulière)</b>	21400 KM	2	42.800 DH	2 DH/km avec présentation du carnet de bord

#### Consignes relatives au format de l'offre

La structure de l'offre du soumissionnaire doit correspondre à celle des TdR. En particulier, la structure détaillée de la conception doit correspondre à la structure des critères pondérés (pour lesquels la valeur indiquée n'est pas 0) dans le schéma d'évaluation. L'offre doit être facile à déchiffrer (police de taille 11 ou supérieure) et être rédigée de manière aisément compréhensible. Elle est à établir en **français**.

L'offre complète ne doit pas excéder **20 pages** (hors CV et hors page de garde, liste des abréviations, table des matières et brève présentation du soumissionnaire).

Les curriculums vitæ CV du personnel proposé conformément au chapitre 7 des TdR doivent obligatoirement respecter le format indiqué dans les conditions de participation. Les CV doivent se limiter à **4 pages** chacun. Ils doivent permettre d'identifier le poste et la fonction occupés par la personne proposée dans les projets pertinents et citer combien de temps cette activité a duré. Les CV doivent également être établis en **français**.

En cas de dépassement du nombre maximal de pages indiqué, les contenus des pages supplémentaires ne seront pas pris en compte dans l'évaluation.

Veuillez calculer votre offre de prix de manière exacte sur la base des consignes énoncées au « Consignes en matière de calcul des coûts ».

Le contrat ne donne pas droit à l'utilisation complète des journées / déplacements, ateliers ou budgets dans leur totalité. Dans le contrat, le nombre de jours, déplacements, ateliers et budgets sont convenus à titre de plafonds, les montants correspondants doivent être convenus dans le contrat comme étant des montants « jusqu'à concurrence de ».

Les prescriptions relatives à la fixation des prix figurent dans le bordereau de prix.

#### 6. CONTENU DU DOSSIER DE L'OFFRE

Le soumissionnaire devra, dans le cadre de la mise en concurrence, fournir les éléments suivants :

- a. **Le dossier administratif du cabinet**
- b. **Le dossier technique, contenant :**
  - La note méthodologique (conformément aux spécifications du chapitre 6. Concept technique et méthodologique)

- Les Curriculums Vitae actualisés des experts mis à la disposition de la mission, les CV doivent indiquer clairement les postes et emplois que les experts ont occupé dans les projets de référence
  - Le planning prévisionnel de la mission
  - Le chronogramme d'exécution détaillé
  - Les attestations de références justifiant l'expérience du cabinet dans le domaine de la mission
- c. **L'offre financière détaillée (Cf : annexe 1)**

Dans le cas de déplacements nécessaires pour la mission (en dehors du siège du cabinet retenu), les frais de transport, de Perdiem et hébergement pendant la mission seront pris en charge par le projet. Dans le cas, ils doivent figurer dans l'offre financière et le contrat selon les barèmes de la GIZ (Cf : annexe 2).

d. **Evaluation des offres**

L'évaluation des offres sera faite selon la pondération suivante : 70% pour l'offre technique et 30% pour l'offre financière.

Les soumissionnaires seront notés en premier sur la qualité de leurs offres techniques. Seuls les soumissionnaires qui recevront une note supérieure ou égale à 50 / 100 pour leurs offres techniques seront considérés pour le dépouillement des offres financières.

e. **Modèle de présentation de l'offre financière**

Le soumissionnaire devra présenter son offre financière sous forme d'un devis portant l'entête, le pied de page indiquant les références légales en vigueur, signé, daté et cacheté (voir le modèle à l'annexe 1).

Le soumissionnaire est tenu de préciser le taux journalier pour chaque expert impliqué dans l'exécution des prestations décrites. Les tarifs doivent être exprimés en dirhams marocains (MAD).

Les frais de déplacement, nécessaires à la prestation des services, seront à la charge du soumissionnaire. Les services seront fournis à Agadir, bien que certaines réunions puissent se tenir à distance.

**7. EXIGENCE EN MATIERE DE PROTECTION DES DONNEES**

Au cas où le soumissionnaire recevrait des données personnelles dans le cadre de la mission, il devra respecter les règlements de protection des données personnelles en vigueur et agira selon les préconditions y afférentes

**8. Annexes**

**Annexe 1 : Tableau de calcul de l'offre financière**

Nous vous remercions de nous transmettre votre proposition financière sous le format d'un devis en bonne et due forme avec entête, pied de page, cachet et signature et prière de détailler les frais de

déplacement qui sont liée au repas, l'hébergement & transport selon les taux journaliers de l'annexe 2 des TdRs :

Désignations	CU (1)	Nombre (2)	Total HT (1) x (2)
<b>Honoraires journaliers</b>			
Chef.fe de projet – Responsable stratégique de la campagne	Montant en HT/JE	35	
Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux		50	
Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaire		30	
Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels		35	
<b>Frais de déplacements</b>			
<b>Perdiem Repas 1</b>	351,00 dh	90	
Chef.fe de projet – Responsable stratégique de la campagne			
Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux			
Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaire			
Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels			
<b>Perdiem Repas 2 (Jour de l'aller &amp; jour du retour)</b>	234,00 dh	90	
Chef.fe de projet – Responsable stratégique de la campagne			
Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux			
Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaire			
Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels			
<b>Transport par avion</b>	800,00 dh	16	
<b>Indemnité kilométrique de transport / km parcouru</b>	2,00dh/km parcouru le cas où il y'a utilisation de véhicule personnel avec obligation de présentation de feuille de route ou carnet de bord	21400 KM	
Frais d'autoroute (contre présentation des tickets)			
Hébergement soit choisir le forfait par nuitée avec présentation de carnet de bord, Ou choisir un remboursement maximum contre présentation de facture	Jusqu'à 1200,00dh / nuitée contre facture d'hôtel maximum 4 étoiles	135	
<b>TOTAL HT</b>			
<b>TVA EN %</b>			
<b>TOTAL TTC</b>			

Montant en toutes lettres : .....

- Merci de noter que le taux de vos honoraires devrait être validé par notre bureau GIZ selon le taux maximum autorisé par la grille GIZ pour les honoraires journaliers.
- Pour le remboursement de vos frais de transport le cas où vous choisissez de facturer vos indemnités kilométriques à 2.00dh /km parcouru, vous devez obligatoirement détailler sur votre offre les destinations et trajets (aller-retour) avec le nombre de kilométrage prévue pour chaque trajet.

## Annexe 2 : Grille des frais de la GIZ

Les taux de per diem acceptables par la GIZ lors des déplacements dans le cadre de mission GIZ et qu'il faut inclure dans l'offre financière sont comme suit :

- 234,00 dh per diem journalier de frais de repas pour les jours de voyage (234,00 dh pour le jour de l'aller & 234,00 dh pour le jour du retour).
- 351,00 dh per diem journalier de frais de repas pour les jours de mission avec deux nuitées d'hébergements, (une nuitée la veille et une nuitée le jour même).
- Pour les nuitées il faut choisir soit le forfait d'hébergement de 400,00 dh sans présentation de justificatif, soit choisir le taux de 1200,00 dh max avec présentation de la facture d'hôtel.
- Pour les frais de transport, c'est 2 dh / km parcouru sur présentation de feuille de route (carnet de bord + tickets d'autoroute) ou remboursement des frais contre présentation de justificatif (ticket de train, Autocar, Tram & bon de Taxi avec cachet).

Pour la taxe sur la valeur ajoutée TVA, merci de noter que :

- L'ensemble de nos paiements se font sur la base du montant HT, sachant que le bureau de la GIZ dispose d'un délai de 4 semaines à partir de la date de dépôt du dossier de facturation complet pour lancer le traitement du paiement.
- Concernant le remboursement du montant de la TVA de la facture, merci de préparer votre facture pro-forma en trois exemplaires avec les lignes explicites des montants Total HT + montant de la TVA + montant Total TTC.
- Ayant la facture pro-forma, nous procédons à la demande d'exonération de la TVA auprès de notre partenaire le « Ministère de l'Économie et des Finances », traitement qui nécessite en minimum un délai de 30 jours à partir de la date de dépôt de la demande d'exonération.
- Dès réception de l'attestation d'exonération de la TVA de la Direction des Impôts, la GIZ s'engage à remettre cette dernière au.à le.a contractant.e dans les plus brefs délais.

# Schéma d'évaluation de la partie technique des offres pour les marchés d'une valeur inférieure au seuil de l'UE



UD	3600	Intitulé du projet	Date
Responsable de la commission		Mobilité durable sur la base des énergies renouvelables au Maroc - DK11V1	15/09/2025
Évaluateur-riche			N° du projet 16.2114.6-041.00
Version			N° du contrat

1	(1) Critéon	(2) Pondération en %	S1		S2		S3		S4		S5	
			(3) Points (max. 10)	(4) Evaluation (2x(3))	(3) Points (max. 10)	(4) Evaluation (2x(3))	(3) Points (max. 10)	(4) Evaluation (2x(3))	(3) Points (max. 10)	(4) Evaluation (2x(3))	(3) Points (max. 10)	(4) Evaluation (2x(3))
<b>1</b>	<b>Evaluation du concept technique et méthodologique</b>											
1.1	Stratégie											
1.1.1	Interprétation des objectifs conformément aux TdR, réflexion critique sur les tâches à exécuter	5%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.1.2	Description et justification de la stratégie du contractant en vue de mettre en œuvre les prestations objet de l'appel d'offres	5%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 1.1		10%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
1.2	Coopération											
1.2.1	Présentation et interaction des acteurs concernés importants pour la prestation	5%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.2.2	Concept en vue de l'établissement et de la mise en œuvre de la coopération avec les acteurs concernés	5%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 1.2		10%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
1.3	Structure de pilotage											
1.3.1	Approche et procédure de pilotage des mesures avec les partenaires du projet	2%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.3.2	Description de la contribution du contractant au suivi des résultats et aux difficultés afférentes	2%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 1.3		4%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
1.4	Processus											
1.4.1	Présentation et explication du plan d'opérations en vue de la mise en œuvre : étapes de travail, jalons, plan de déroulement	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.4.2	Présentation et explication de l'intégration d'autres acteurs concernés	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 1.4		6%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
1.5	Apprentissage et innovation											
1.5.1	Contribution du contractant à la gestion des connaissances du partenaire et de la GIZ	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.5.2	Présentation et explication des actions entreprises par le contractant pour favoriser les effets de mise à l'échelle	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 1.5		0%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
1.6	Gestion de projet du contractant											
1.6.1	Approche et méthode de coordination avec/dans le cadre du projet de la GIZ	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
1.6.2	Plan d'intervention du personnel (qui, quand, à quelles étapes) avec explications et indication des mois d'expert	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 1.6		6%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
1.7	Autres exigences	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Total 1		36%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
<b>2</b>	<b>Evaluation du personnel proposé</b>											
2.1	Chef de projet - Responsable stratégique de la campagne											
2.1.1	- Formation	5%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.2	- Connaissances linguistiques	2%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.3	- Expérience professionnelle générale	4%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.4	- Expérience professionnelle spécifique	6%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.5	- Expérience en management	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.6	- Expérience régionale	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.7	- Expérience de la CD	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.1.8	- Autres	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 2.1		20%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
2.2	Expert.e 1 : Spécialiste en communication digitale et animation des réseaux sociaux (conformément aux consignes et aux critères définis dans les TdR)											
2.2.1	- Formation	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.2	- Connaissances linguistiques	2%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.3	- Expérience professionnelle générale	4%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.4	- Expérience professionnelle spécifique	6%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.5	- Expérience en management	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.6	- Expérience régionale	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.7	- Expérience de la CD	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.2.8	- Autres	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 2.2		15%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
2.3	Expert.e 2 : Spécialiste terrain et mobilisation communautaires (conformément aux consignes et aux critères définis dans les TdR)											
2.3.1	- Formation	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.2	- Connaissances linguistiques	2%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.3	- Expérience professionnelle générale	4%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.4	- Expérience professionnelle spécifique	6%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.5	- Expérience en management	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.6	- Expérience régionale	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.7	- Expérience de la CD	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.3.8	- Autres	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 2.3		15%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
2.4	Expert.e 3 : Expert en création visuelle et contenus audiovisuels (conformément aux consignes et aux critères définis dans les TdR)											
2.4.1	- Formation	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.2	- Connaissances linguistiques	2%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.3	- Expérience professionnelle générale	3%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.4	- Expérience professionnelle spécifique	6%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.5	- Expérience en management	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.6	- Expérience régionale	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.7	- Expérience de la CD	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2.4.8	- Autres	0%	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Sous-total 2.4		14%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
Total 2		64%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
Total 1 + 2		100%		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
Evaluation en %				0,0		0,0		0,0		0,0		0,0
Rang												

Je déclare par la présente que j'ai effectué cette évaluation de manière indépendante, au mieux de mes connaissances et en toute bonne foi. Je traiterai les informations de manière confidentielle et ne transmettrai aucun détail de la procédure d'évaluation en cours.

A.KH  
S.O