



CAHIER DES CHARGES
APPEL D'OFFRES N°12/2014
Relatif à la sélection d'une Agence de Communication

DERNIER DELAI POUR LA RECEPTION DES OFFRES :

.....15 Septembre 2014.....

SOMMAIRE

CAHIER DES CLAUSES DE PARTICIPATION	2
ARTICLE 1- OBJET DE L'APPEL D'OFFRES	2
ARTICLE 2- PARTICIPATION A L'APPEL D'OFFRES	2
ARTICLE 3- CONFIDENTIALITE.....	3
ARTICLE 4- DATE LIMITE DE RECEPTION DES OFFRES.....	3
ARTICLE 5- PRESENTATION DE L'OFFRE	4
ARTICLE 6- VALIDITE DE L'OFFRE.....	4
ARTICLE 7- RETRAIT DU CAHIER DES CHARGES	4
ARTICLE 8- PIECES DE MARCHE.....	4
1) DOSSIER ADMINISTRATIF :	4
2) DOSSIER TECHNIQUE	4
3) L'OFFRE FINANCIERE :	5
ARTICLE 9- METHODOLOGIE DE DEPOUILLEMENT.....	5
ARTICLE 10- DROIT D'ENREGISTREMENT	6
ARTICLE 11- ECLAIRCISSEMENTS	6
CAHIER DES CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIERES	7
ARTICLE 1- OBJET DU MARCHE.....	7
ARTICLE 2- APPLICATION	7
ARTICLE 3- PRIX.....	7
ARTICLE 4- VARIATION DANS LA MASSE.....	7
ARTICLE 5- AVENANTS AU MARCHE.....	7
ARTICLE 6- GARANTIE DE BONNE EXECUTION : CAUTION DEFINITIVE	7
ARTICLE 7- PENALITE	7
ARTICLE 8- PAIEMENT	8
ARTICLE 9- RESILIATION DU CONTRAT.....	8
ARTICLE 10- FORCE MAJEURE	8
ARTICLE 11- REGLEMENT DES DIFFERENDS	8
ARTICLE 12- L'ENTREE EN VIGUEUR.....	8
CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES.....	9
ARTICLE 1- OBJET.....	9
ARTICLE 2- CONTEXTE	9
ARTICLE 3- OBJECTIF	10
ARTICLE 4- PROBLEMATIQUE.....	10
ARTICLE 5- DESCRIPTIF DU CONCEPT CREATIF	10
ARTICLE 6- CIBLES	11
ARTICLE 7- POSITIONNEMENT	11
ARTICLE 8- PLANNING (PAR RAPPORT AU LANCEMENT DE LA 1ERE CAMPAGNE, LA SUITE SELON LE TIME LINE)	11
ARTICLE 9- ETENDUE DE LA CANDIDATURE ET DESCRIPTIF DU LIVRABLE.....	11
ARTICLE 10- TIME LINE	12
ANNEXES	13
ANNEXE I : TIME LINE	
ANNEXE II : DECLARATION SUR L'HONNEUR DE NON FAILLITE	
ANNEXE III : DECLARATION SUR L'HONNEUR DE NON INFLUENCE.....	
ANNEXE IV : DECLARATION SUR L'HONNEUR DE NON APPARTENANCE A L'ISIE.....	
ANNEXE VI : FORMULAIRE DE LA SOUMISSION FINANCIERE.....	
ANNEXE V : FORMULAIRE DE L'OFFRE FINANCIERE DETAILLEE	

CAHIER DES CLAUSES DE PARTICIPATION

Article 1- Objet de l'appel d'offres

Le présent marché a pour objet la sélection d'une agence de communication pour les trois prochaines échéances électorales (Législatives, Présidentielle 1^{er} tour et Présidentielle 2^{ème} tour).

L'agence devrait élaborer un concept créatif de communication pour la création des campagnes électorales matérialisée par:

Campagne de sensibilisation grand public « L'appel au vote » qui consiste à :

1. Instaurer un cadre général aux trois échéances électorales (axe créatif, charte...)
2. Proposer le déploiement créatif de la campagne législative
 - une identité visuelle pour les campagnes (les éléments génériques, logo élections, logo ISIE demeurent inchangés)
 - un slogan, les accroches appropriées...
 - Des synopsis pour les spots TV d'appel au vote
 - Version longue : 45''
 - 2 versions moyennes 30'' (adaptation, moyennant post prod)
 - 1 version de 15'' (adaptation, moyennant post prod)
 - Adaptation en spot Radio
 - Conception d'éléments graphiques: Stickers, dépliants, affiches, insertions presse, affichage urbain, bannières web, gadgets....
 - La production audiovisuelle
3. Adapter le même axe créatif en une campagne présidentielle (le message doit être valable pour les 2 tours en mettant en exergue les spécificités des présidentielles afin qu'il n'y ait pas confusion avec les législatives)
 - Présidentielles : synopsis pour des spots TV d'appel au vote (déclinable en spot radio) (seul le packshot change entre le 1er et le 2ème tour) durées : 45'' et 2 versions de 30'' et 1 version de 15''
 - Conception d'éléments graphiques: Stickers, dépliants, affiches, insertions presse, affichage urbain, bannières web, gadgets....
 - La production audiovisuelle

Article 2- Participation à l'appel d'offres

Le présent appel d'offres s'adresse à tous les prestataires présentant les garanties nécessaires pour la bonne exécution de leurs obligations.

Les prestataires en état de faillite ou de liquidation ne sont pas admis à soumissionner.

Le prestataire devra s'engager à la plus grande confidentialité quant aux informations qui seront mises à sa disposition, et à ne les divulguer sous aucun prétexte et ce, pendant et après la durée de la consultation.

Article 3- Confidentialité

Le soumissionnaire doit respecter l'obligation de secret professionnel.

Tous les documents et/ou informations relatifs à cette consultation sont confidentiels. A ce titre, ils sont protégés par le secret professionnel et ne sauraient être divulgués à d'autres clients du soumissionnaire, ni même utilisés par le soumissionnaire à ses fins propres.

Le candidat s'engage à respecter cette confidentialité et à la faire respecter par son personnel et ses éventuels sous-traitants, auxquels le candidat s'engage à faire signer un engagement de confidentialité absolue.

Article 4- Date limite de réception des offres

L'offre technique (**en deux (2) exemplaires originaux + une copie sur Compact Disc**) et l'offre financière doivent être placées dans deux enveloppes séparées et scellées. Ces deux enveloppes seront placées dans une troisième enveloppe extérieure scellée, portant la mention :

« A NE PAS OUVRIR » appel d'offres N°12/2014 relatif à la sélection d'une Agence de Communication.

L'enveloppe extérieure comporte, en plus des deux offres technique et financière, les documents administratifs.

Les offres parvenues ou reçues après la date limite de réception des offres, indiquée dans l'avis de publication et la page de garde du présent cahier des charges, seront automatiquement rejetées (le cachet de bureau d'ordre faisant foi).

Les enveloppes contenant les offres doivent être déposées directement contre décharge au Bureau d'Ordre Central de L'Instance Supérieure Indépendante pour les Election à l'adresse suivante :

L'Instance Supérieure Indépendante Pour les Elections (ISIE)

19, Rue Ibn El Jazzar Lafayette Tunis

Tél : 71.125.034 - Fax : 71.125.001

La date limite de dépôt des offres est fixée pour le lundi 15 septembre 2014 à 16h00.

A leur réception, les plis sont enregistrés au bureau d'ordre central de l'ISIE, puis une deuxième fois sur un registre spécial suivant leur ordre d'arrivée. Ils seront cachetés jusqu'au moment de leur ouverture.

Article 5- Présentation de l'offre

A l'issue de l'analyse administrative (vérification des délais et des formalités) et du dépouillement technique des offres, les soumissionnaires présélectionnés seront invités à faire une présentation le **mardi 16 septembre 2014 à partir de 15h** (une correspondance leur sera adressée dans ce sens indiquant l'horaire exact pour chaque soumissionnaire présélectionné).

Article 6- Validité de l'offre

Le soumissionnaire reste lié à son offre pendant un délai **de soixante (60) jours** à compter du jour qui suit la date limite de la réception des offres indiquée dans l'avis de publication et celle mentionnée dans la page de garde du présent cahier des charges.

Article 7- Retrait du cahier des charges

Le cahier des charges doit être retiré directement du siège de l'ISIE sis au 19, rue Ibn Jazzar, Lafayette.

Article 8- Pièces de marché

Les dossiers de l'appel d'offres se composent comme suit :

1) DOSSIER ADMINISTRATIF :

- Le présent cahier des charges doit être paraphé sur toutes les pages, signé à la dernière page avec la mention lu et approuvé et portant le cachet du soumissionnaire.
- Déclaration sur honneur de non faillite (**Annexe II**).
- Une déclaration sur l'honneur de non influence, sur les étapes et les procédures de l'appel d'offres et du marché par le soumissionnaire ou par une personne interposée, paraphée, signée et cachetée (**Annexe III**).
- Une déclaration sur l'honneur que le soumissionnaire n'était pas un agent public au sein de l'ISIE ou qu'il était un agent public et qu'il a cessé son activité depuis cinq ans au minimum (**Annexe IV**).
- Une certificat d'affiliation à la caisse sociale (originale ou copie conforme).
- Une attestation fiscale attestant que le soumissionnaire est en règle avec la direction des impôts (Dernière attestation en date du Service des Impôts, valable à la date limite de remise des offres).

2) DOSSIER TECHNIQUE :

L'offre technique doit répondre aux livrables demandés. Elle devra être suffisamment explicite et concrète, intégrant:

1. Un cadre général aux 3 échéances électorales (axe créatif, charte...)
2. Le déploiement créatif de la campagne législative composé de :
 - une identité visuelle pour les campagnes (les éléments génériques, logo élections, logo ISIE demeurent inchangés).

- un slogan, les accroches appropriées...
 - Des synopsis pour les spots TV d'appel au vote :
 - Version longue : 45''
 - 2 versions moyennes 30'' (adaptation, moyennant post prod)
 - 1 version de 15'' (adaptation, moyennant post prod)
 - Adaptation en spot Radio
 - Conception d'éléments graphiques: Stickers, dépliants, affiches, insertions presse, affichage urbain, bannières web, gadgets....
 - La production audiovisuelle
3. L'adaptation du même axe créatif en une campagne présidentielle (le message doit être valable pour les 2 tours en mettant en exergue les spécificités des présidentielles afin qu'il n'y ait pas confusion avec les législatives)
- Présidentielles : synopsis pour des spots TV d'appel au vote (déclinable en spot radio) (seul le packshot change entre le 1er et le 2ème tour) durées : 45'' et 2 versions de 30'' et 1 version de 15''
 - Conception d'éléments graphiques: Stickers, dépliants, affiches, insertions presse, affichage urbain, bannières web, gadgets....
 - La production audiovisuelle
4. L'engagement formel du soumissionnaire à mettre à la disposition une équipe dédiée retenue à l'issue de l'adjudication
5. L'état descriptif technique, dûment rempli, paraphé à toutes les pages et signé conformément au modèle de formulaire de réponse et au modèle de quantité et calendrier de fournis par le cahier des charges.

3) L'OFFRE FINANCIERE :

Une offre financière relative aux éléments de prestation attendus, les montants facturés seront exprimés en HT et en TTC conformément au bordereau des prix (annexe V).

Le soumissionnaire fournira tout autre élément qu'il jugera nécessaire pour une bonne appréciation de son offre, (par exemple et à titre d'information, il pourra joindre sa grille tarifaire standard, etc.)

Article 9- Méthodologie de dépouillement

Les offres seront évaluées selon les critères d'évaluation suivants :

Offre technique : 70%

- **Créativité**
- Conformité avec le time line soumis par l'ISIE
- Originalité du concept et clarté des messages
- Adaptabilité du concept aux différents Média
- Compréhension de la problématique
- Pertinence des propositions graphiques
- Cohérence entre les propositions présentées
- Cohérence entre les différents éléments de campagne
- Identité visuelle neutre et unique
- Aspect inclusif du concept créatif

Offre financière : 30%

L'offre la moins chère reçoit la note maximum. Les autres offres auront des notes proportionnelles à l'offre la moins chère.

<p>La commande sera attribuée au prestataire ayant obtenu la meilleure note globale : note technique + note financière</p>

Article 10- Droit d'enregistrement

Les droits de timbres et d'enregistrement sont à la charge exclusive du titulaire du présent marché.

Article 11- Eclaircissements

Tout soumissionnaire désirant obtenir des éclaircissements et des renseignements techniques, pourra communiquer avec :

Rym MEHDI
Chargée de la sensibilisation au sein de l'ISIE
E-mail: rym.mehdi@isie.tn

LU ET APPROUVE
Fait à Le.....

Le Soumissionnaire
(Cachet et signature)

CAHIER DES CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIERES

Article 1- Objet du marché

Le présent marché a pour objet la sélection d'une Agence de Communication pour les trois prochaines échéances électorales (Législatives, Présidentielle 1^{ère} tour et Présidentielle 2^{ème} tour).

Article 2- Application

Les présentes conditions s'appliqueront dans la mesure où elles ne sont pas modifiées par les dispositions contractuelles contenues dans d'autre pièce du marché.

Article 3- Prix

Les prix que l'agence facturera en exécution du marché ne varieront pas par rapport aux prix indiqués dans son offre, de ce fait, il s'en découle que les prix sont fixes et non révisables.

Article 4- Variation dans la masse

Les quantités objet du présent marché seront susceptibles d'augmenter ou de diminuer de **30%** du montant du marché sans aucun droit de réclamation, de changement des prix ou délais contractuels.

Article 5- Avenants au marché

Le marché ne pourra être révisé ni modifié que par un avenant écrit signé par les parties après approbation du conseil de l'ISIE.

Article 6- Garantie de bonne exécution : caution définitive

Le prestataire, dans les **vingt (20) jours** suivant la réception de la notification de l'attribution du marché, fournira à l'ISIE une garantie de bonne exécution, égale à **trois pour cent (3%)** du montant global du marché.

Le montant de la garantie sera payable à l'ISIE en compensation de toute perte subie du fait de la carence du fournisseur à exécuter ses obligations contractuelles.

L'ISIE libérera et retournera à l'agence la caution au plus tard après **trois (3) mois** à compter de la signature du PV de réception définitive.

Article 7- Pénalité

Si le prestataire manque à ses obligations, sans préjudice des autres recours qu'il détient au titre du marché, l'ISIE pourra déduire du prix du marché, à titre de pénalités, une somme équivalente

à 0,1% du prix livraison faite, par jour de retard, jusqu'à un montant maximum de **5%** du prix du marché. Une fois ce maximum atteint, l'ISIE pourra envisager la résiliation du marché.

Article 8- Paiement

Le paiement de la totalité des prestations s'effectuera dans un délai maximum de 45 jours après la réception définitive constatée dans un PV de réception définitive.

Article 9- Résiliation du contrat

Le contrat pourrait être résilié en cas de faillite de l'Agence. Toutefois, l'ISIE peut accepter, le cas échéant, des offres qui peuvent être faites par les héritiers, les créanciers ou le liquidateur pour la continuation du contrat.

Au cas où le titulaire d'un marché n'a pas rempli ses obligations. L'acheteur public le met en demeure, par lettre recommandée, d'y satisfaire dans un délai de 3 jours à compter de la date de mise en demeure.

Passé ce délai, l'acheteur public pourra résilier purement et simplement le marché ou faire exécuter les prestations, objet de ce marché, suivant le procédé qu'il jugerait utile aux frais du titulaire du marché.

Article 10- Force majeure

En cas d'événement lié à la force majeure, conformément aux articles 282 et 283 du code des obligations et des contrats, l'Agence notifiera à l'ISIE l'existence de la force majeure et ses motifs et s'efforcera de trouver tout autre moyen d'exécuter les obligations dont l'exécution n'est pas entravée par la force majeure.

Article 11- Règlement des différends

En cas de différend découlant du contrat ou lié à celui-ci, les parties conviennent de se rencontrer afin de chercher à régler le différend par le biais de la négociation ou d'un autre processus approprié de règlement amiable des différends, avant de recourir à l'action judiciaire.

Faute de solutions amiables les litiges en relation avec ce contrat seront soumis aux tribunaux de Tunis.

Article 12- L'entrée en vigueur

L'entrée en vigueur du marché aura lieu à la signature et la notification du marché par l'ISIE.

LU ET APPROUVE
Fait à Le.....

Le Soumissionnaire
(Cachet et signature)

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

Article 1- Objet

L'Instance supérieure indépendante pour les élections est chargée de l'ensemble des opérations liées à l'organisation, à la gestion et à la supervision des élections et des référendums. Et parmi ses prérogatives figure celle d'établir les programmes de sensibilisation.

A l'approche des 3 prochaines échéances électorales (Législatives, Présidentielle 1^{er} tour et Présidentielle 2^{ème} tour) et au vu des nouveaux challenges et enjeux que représentent les élections et leur déroulement en 2014, l'Instance Supérieure Indépendante pour les Elections a jugé opportun d'organiser un appel d'offres public pour sélectionner une Agence de Communication.

Cet appel a pour objet de sélectionner sur la base de propositions techniques et financières l'agence qui sera à même de proposer les meilleures modalités pour l'élaboration d'un concept créatif de communication pour la création des campagnes électorales, matérialisée par:

Campagne de sensibilisation grand public « Appel au vote »

Article 2- Contexte (Brief)

Le soumissionnaire doit tenir compte de :

1- Environnement socio-politique

L'environnement socio-politique est perturbé. Nous sommes dans un contexte électoral où le citoyen manifeste une certaine lassitude à l'égard de la sphère politique et où le challenge principal est de diminuer le taux d'abstention pressenti.

2- Environnement Économique

L'environnement économique est dominé par des revendications de plus en plus pressantes touchant à des préoccupations d'ordre socio-économique telles que le chômage...

3- Environnement de l'ISIE

La problématique des élections est au cœur des activités de plusieurs acteurs et parties prenantes au processus électoral. En effet, plusieurs associations de la société civile ainsi que plusieurs partis politiques sont impliqués dans la sensibilisation des électeurs ou dans l'éducation civique.

Il s'agit ici de conjuguer nos efforts tout en octroyant à l'ISIE un rôle fédérateur.

Article 3- OBJECTIF

L'objectif est d'inciter le maximum des tunisiens inscrits à aller voter à chacune des échéances électorales.

Article 4- PROBLEMATIQUE

Face à un environnement où la population est très sceptique quant à la fiabilité ou aux résultats attendus des élections, quel concept créatif, quels messages, quel slogan pourraient attirer la sympathie de l'électeur potentiel et l'inciter à aller voter le(s) jour(s) J ?

Article 5- DESCRIPTIF DU CONCEPT CREATIF

Le concept créatif devra être accessible, convaincant et par toutes les catégories de tunisiens (âge, CSP, milieu géographique...)

Le concept créatif devra obéir à la stratégie globale de l'ISIE : stratégie inclusive accessible à tous les segments mentionnés ci-dessous.

TON

- Un ton émotionnel (sans tomber dans les clichés, misant sur la force que dégage la cohésion, l'importance de la représentativité...)
- Impliquant... « call to action »
- Dynamique (dernière ligne droite pour choisir les élus (le Président) qui vont/va nous représenter, représenter notre région, nos revendications...)

KLEM

- S'éloigner des discours usés qui risquent de ne pas attirer l'attention de l'électeur et se tourner vers une logique de dynamisation, d'appel à faire la différence avec sa voix

- Montrer que chaque tunisien ne représente plus que lui-même (sa voix porte les aspirations de son groupe)... une femme vote pour toutes les femmes, un jeune pour tous les jeunes, un chômeur, un handicapé... voteront pour tous ceux qui sont dans la même situation qu'eux...
- Quelque soient les résultats, il faut les accepter

Article 6- CIBLES

Cette campagne s'adresse à tous les tunisiens inscrits

Article 7- POSITIONNEMENT

Les agences candidates devront trouver des concepts accessibles à toutes les catégories de tunisiennes et de tunisiens.

Article 8- PLANNING (par rapport au lancement de la 1ère campagne, la suite selon le time line)

Réception des propositions techniques et financières	15 Septembre 2014
Choix de l'agence de production	16 septembre 2014
Délais de réalisation (livrables)	30 septembre 2014
On air	03 octobre 2014

Article 9- ETENDUE DE LA CANDIDATURE et DESCRIPTIF DU LIVRABLE

Les candidats devront présenter des propositions relatives aux produits suivants, conformément à la stratégie de communication adoptée:

Campagne de sensibilisation grand public « Appel au vote »

- Instaurer un cadre général aux 3 échéances électorales (axe créatif, charte...)
- Proposer le déploiement créatif de la campagne législative
 - une identité visuelle pour les campagnes (les éléments génériques, logo élections, logo ISIE demeurent inchangés)
 - un slogan, les accroches appropriées...
 - Des synopsis pour les spots TV d'appel au vote
 - Version longue : 45''
 - 2 versions moyennes 30'' (adaptation, moyennant post prod)
 - 1 version de 15'' (adaptation, moyennant post prod)
 - Adaptation en spot Radio
 - Conception d'éléments graphiques: Stickers, dépliants, affiches, insertions presse, affichage urbain, bannières web, gadgets....
 - La production audiovisuelle

- L'adaptation du même axe créatif en une campagne présidentielle (le message doit être valable pour les 2 tours en mettant en exergue les spécificités des présidentielles afin qu'il n'y ait pas confusion avec les législatives)
 - **Présidentielles** : synopsis pour des spots TV d'appel au vote (déclinable en spot radio) (seul le packshot change entre le 1^{er} et le 2^{ème} tour) durées : 45'' et 2 versions de 30'' et 1 version de 15''
 - Conception d'éléments graphiques: Stickers, dépliants, affiches, insertions presse, affichage urbain, bannières web, gadgets....
 - La production audiovisuelle

Les agences devront démontrer leurs capacités et compétences à répondre aux livrables pour lesquels elles soumissionnent. Elles s'engageront sur des ressources et moyens dédiés ainsi que sur les résultats attendus par l'ISIE.

Article 10- TIME LINE

L'agence s'engage d'office à respecter le time line de création et de production imposé par l'ISIE et qui constitue un critère éliminatoire lors du dépouillement des dossiers et du choix de l'agence
Le time line fait partie intégrante du présent cahier des charges (voir annexe I)

LU ET APPROUVE
Fait à Le.....

Le Soumissionnaire
(Cachet et signature)

Annexes

Annexe II : Déclaration sur l'honneur de non faillite

DECLARATION SUR L'HONNEUR DE NON FAILLITE

_____/e soussigné :

Assistant en qualité de :

De la Société :

Inscrit au registre de commerce sous le N°

Faisant élection de domicile à :

Atteste sur l'honneur par la présente que ladite société n'est pas en état de faillite ni de concordat préventif.

Fait à :

Le

Le soumissionnaire

N.B : Ce modèle doit être obligatoirement respecté

Annexe III : Déclaration sur l'honneur de non influence

DECLARATION SUR L'HONNEUR DE NON INFLUENCE

_____/e Soussigné :

Assistant en qualité de :

De la Société :

Déclare sur l'honneur n'ayant pas fait et m'engage à ne pas faire par moi-même ou par une personne interposée, des promesses, des dons ou des présents en vue d'influer sur les différentes procédures de conclusion d'un marché et des étapes de sa réalisation.

Fait à :

Le

Le soumissionnaire

N.B : Ce modèle doit être obligatoirement respecté

Annexe IV : Déclaration sur l'honneur de non appartenance à l'ISIE

Je soussigné : nom..... Prénom.....

Agissant en qualité de.....

Pour le compte de.....

Déclare sur l'honneur que je n'étais pas un agent public au sein de L'Instance Supérieure Indépendantes pour les élections (**ISIE**) et/ou que j'ai cessé mon activité à l'**ISIE**.

Fait à le / /

Le soumissionnaire
(Signature et cachet)

N.B : Ce modèle doit être obligatoirement respecté

Annexe VI : formulaire de la soumission financière

Je soussigné :(Nom et prénom du signataire).
Agissant en qualité de gérant de la société :
Au capital de :
Immatriculé au Registre de commerce de : sous le
N°.....Matricule Fiscal :.....
Siège social à :
Numéro de téléphone :N° de fax
Email:.....
Adhérent à la caisse nationale de sécurité sociale

.....
Domiciliation bancaire :.....

1) Après avoir pris connaissance des pièces d'appel d'offres et accepté les clauses, indiqués ci-après relatives à l'acquisition d'encre électoral pour le compte de L'Instance Supérieure Indépendantes pour les élections (**ISIE**).

Me soumet et m'engage en tant que représentant légal de société envers l'ISIE à exécuter lesdites prestations conformément aux conditions fixées dans ce cahier des charges.

Ma soumission dans l'appel d'offres sus indiqué s'élève à :

Montant en hors TVA	Montant de la TVA	Montant Total en TTC

Montant total (en TTC) en toute lettre :

.....
2) Nous nous engageons, si notre Offre est acceptée, à exécuter l'ensemble des prestations précitées conformément aux termes des articles des conditions de participation, administratives et techniques du cahier des charges, à fournir les prestations selon les dispositions précisées dans le bordereau des quantités et le calendrier des livraisons, et à fournir une caution bancaire d'un montant équivalent à trois (03) % du prix du marché en garantie de son exécution, sous la forme exigé par l'acheteur.

3) Nous nous engageons sur les termes de cette Offre pour une période de 60 jours à compter de la date fixée pour l'ouverture des plis, l'Offre continuera à nous engager et pourra être acceptée à tout moment avant la fin de cette période.

4) Jusqu'à ce qu'un Marché en bonne et due forme soit préparé et signé, la présente soumission, complétée par votre acceptation écrite dans votre Notification d'Attribution du Marché, constituera un Marché nous obligeant réciproquement.

Fait à Tunis le :.....

Lu et accepté

Le soumissionnaire

(Cachet, nom et prénom, signature)

Annexe V : formulaire de l'offre financière détaillée

PRESTATIONS	Quantité	Prix unitaire HT	Prix totale HT	Montant de la TVA	Prix total TTC
Création des concepts et suivi de production	01				
Création et adaptations graphiques	01				
Législatives : Production Spots TV et radio (45''+2*30''+15'')	01				
Présidentielles : Production Spots TV et radio (45''+2*30''+15'')	01				
Total					

Le montant total de la soumission (toutes charges confondues) est de :

.....dinars (en toutes lettres et TTC)

Fait à Tunis le :

Lu et accepté

Le soumissionnaire

(Cachet, nom et prénom, signature)