



REPUBLIQUE DU BURUNDI
Agence de Développement
du Burundi | ADB



**DOSSIER D'APPEL D'OFFRES NATIONAL OUVERT N°
DNCMP/.../S/2022-2023 POUR LE RECRUTEMENT D'UNE
MAISON/CONSULTANT CHARGE D'ELABORER LA STRATEGIE
MARKETING PAYS/BRANDING PAYS DU BURUNDI**

Date de publication : .../.../2023

Date d'ouverture : .../.../2023

Mai 2023



PREMIERE PARTIE : PROCEDURE D'APPEL D'OFFRES

**AVIS D'APPEL D'OFFRES NATIONAL OUVERT N° DNCMP/95/S/2022-2023
POUR LE RECRUTEMENT D'UNE MAISON/CONSULTANT CHARGE D'ELABORER
LA STRATEGIE MARKETING PAYS/BRANDING PAYS DU BURUNDI**

Date de publication : 22/05/2023

Date d'ouverture : 05/06/2023

1. Objet

L'Agence de Développement du Burundi lance l'Avis d'Appel d'Offres National Ouvert pour le recrutement d'une maison/consultant chargé d'élaborer la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi, conformément aux termes de référence se trouvant dans la deuxième partie du présent Dossier d'Appel d'Offres.

2. Financement

Le marché est financé à 100% sur le budget général de l'Etat, exercice 2022-2023.

3. Spécification du Marché

La passation du présent Marché sera conduite par Appel d'Offres National Ouvert tel que défini dans le Code des Marchés Publics du Burundi.

Sous la responsabilité et la supervision du Directeur Général de l'ADB, le Maison/Consultant sera chargé d'élaborer la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi.

4. Allotissement

Le présent marché est constitué d'un seul lot.

5. Délai d'exécution

La durée de l'élaboration de la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi est de soixante (60) jours calendaires, comptés à partir du jour de la notification du contrat avec l'ADB.



6. Conditions de participation

La participation à la concurrence est ouverte à égalité de conditions, à toute Maison/Consultant remplissant les conditions juridiques, les capacités techniques et financières nécessaires à l'exécution de ce marché.

Ne peut participer au présent Appel d'Offres, toute Maison/Consultant concerné(e) par l'une des règles d'interdiction énumérées à l'article 161 du Code des Marchés Publics.

7. Consultation et acquisition du Dossier d'Appel d'Offres

Le Dossier d'Appel d'Offres pourra être consulté sur le site de l'ADB (www.investburundi.bi), ou être consulté tous les jours ouvrables de 7h30' à 16h00', heure locale à l'adresse ci-après :

Immeuble Asharif, Quartier Mutanga-Nord

Boulevard Mwezi Gisabo, Près de l'Hôpital Militaire de Kamenge,

B.P. 7057 Bujumbura, Tél : 22275996/97.

Il pourra également être obtenu physiquement à la Direction Générale de l'ADB sur présentation d'un bordereau de versement de cinquante mille Francs Burundais (50.000 Fbu) non remboursables, versés sur le compte N° 1101/001.04 (Sous-compte de Transit des Recettes Non Fiscales) ouvert à la Banque de la République du Burundi.

8. Dépôt et ouverture des offres

Les offres sous enveloppes fermées et rédigées en langue française devront parvenir à la Direction Générale de l'ADB, Immeuble Asharif, Quartier Mutanga-Nord, Boulevard Mwezi Gisabo, Près de l'Hôpital Militaire de Kamenge, B.P. 7057 Bujumbura, Tél : 22275996/97, au plus tard **le 9/6/2023 à 10h00, heure locale**. Elles porteront obligatoirement la mention : « **Offre pour le recrutement d'une maison/consultant chargé d'élaborer la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi, DAO N°DNCMP/95/S/2022-2023, à n'ouvrir qu'en séance publique du 9/6/2023 à 10h30' heure locale.**

L'ouverture des offres aura lieu **le 9/6/2023 à 10h30' heure locale** dans l'un des bureaux de l'ADB.

NB : Les offres déposées après la date et/ou l'heure indiquée seront irrecevables.

9. Délais d'engagement

Les candidats restent engagés par leurs offres pendant un délai de quatre-vingt-dix (90) jours calendriers à compter de la date limite de remise des offres.



10. Evaluation et comparaison des offres

La commission de passation vérifiera les documents demandés et la conformité des offres proposées par rapport aux Termes de Référence (TdRs) décrites dans la quatrième partie.

11. Attribution du marché

Le marché sera attribué au soumissionnaire administrativement et techniquement conformes, et qui aura totalisé le plus de points, proposition technique et financière réunies. La lettre de marché sera adressée au soumissionnaire gagnant.

12. Modalités de paiement

Le paiement se fera par virement bancaire au compte du fournisseur dans trente (30) jours suivant la présentation de facture accompagnée par un bordereau de livraison signé par un représentant de l'Autorité Contractante habilité.

13. Renseignements

Toute demande de renseignements doit se faire par écrit et parvenir à l'ADB au plus tard dix (10) jours calendaires avant l'ouverture des offres.

Fait à Bujumbura, le/...../2023

**Le Directeur Général de l'Agence de Développement
du Burundi et Personne Responsable des Marchés
Publics à l'ADB**

Didace NGENDAKUMANA

P.O. Mosozu Mechack
Directeur Général a.i



AGENCE DE DEVELOPPEMENT
ADB
B.P. 7057 Bujumbura
DU BURUNDI

DEUXIEME PARTIE : REGLEMENT PARTICULIER DE L'APPEL D'OFFRES

II.1. INSTRUCTIONS AUX SOUMISSIONNAIRES (IS)

A. GENERALITES

Les présentes Instructions aux Soumissionnaires sont en général conformes aux dispositions du Code des Marchés Publics.

1. Objet de la soumission

- 1.1. L'objet de cet Appel d'Offres est de recruter une Maison/Consultant qui va élaborer la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi, conformément aux termes de références se trouvant dans la deuxième partie du présent Dossier d'Appel d'Offres.
- 1.2. Le soumissionnaire retenu ou attributaire devra exécuter le marché dans le délai indiqué dans les DPAO, à compter du jour de la signature du contrat avec l'ADB.
- 1.3. Dans le présent Dossier d'Appel d'Offres, les termes « soumission » et « offre » et leurs dérivés sont synonymes, et le terme « jour » désigne un jour calendaire.
- 1.4. L'adresse de l'Agence de Développement du Burundi (ADB) est :
Immeuble Asharif, Quartier Mutanga-Nord,
Boulevard Mwezi Gisabo, Près de l'Hopital Militaire de Kamenge,
B.P. 7057 Bujumnura, Tél : 22275996/97

2. Origine des fonds

Les paiements prévus au titre du présent Marché pour lequel cet Appel d'Offres est lancé seront assurés sur le budget général de l'Etat, exercice 2022-2023.

3. Soumissionnaires admis à concourir

La participation à la concurrence est ouverte à égalité de conditions, aux Maisons/Consultants ayant les capacités juridiques, techniques et financières nécessaires à l'exécution de ce marché.

Ne peut participer à l'Appel d'Offres toute Maison/Consultant concerné(e) par l'une des règles d'interdiction énumérées à l'article 151 du Code des Marchés Publics du 29/01/2018 en vigueur au Burundi.

B. LE DOSSIER D'APPEL D'OFFRES

4. Contenu du Dossier d'Appel d'Offres :

- Avis d'Appel d'Offres (AAO) ;
- Règlement Particulier d'Appel d'Offres (RPAO) ;
- Instructions aux Soumissionnaires (IS) ;



- Données Particulières d'Appel d'Offres (DPAO);
- Bordereaux des prix et des quantités ;
- Les annexes.

5. Eclaircissements apportés au Dossier d'Appel d'Offres

Toute question relative au Dossier d'Appel d'Offres peut être adressée par écrit au Directeur Général de l'ADB au plus tard dix (10) jours calendaires avant la date limite de dépôt des offres. Ce dernier répondra au soumissionnaire qui en a fait la demande et diffusera la même réponse à tous les soumissionnaires qui auront acquis le Dossier d'Appel d'Offres, sans toutefois identifier le demandeur.

6. Modifications du Dossier d'Appel d'Offres

L'ADB peut, à tout moment, avant la date limite de dépôt des offres, et pour tout motif, que ce soit à son initiative ou en réponse à une demande d'éclaircissements formulée par un soumissionnaire, modifier le Dossier d'Appel d'Offres (DAO) en publiant un additif.

Tout additif ainsi publié fait partie intégrante du DAO et sera communiqué par écrit à tous les soumissionnaires qui auront acheté le DAO. Ces derniers accuseront réception, par écrit, de chacun des additifs de l'Autorité Contractante.

Pour donner aux soumissionnaires le temps nécessaire à la prise en considération de l'additif dans la préparation de leurs offres, l'Autorité Contractante a la faculté de reporter la date limite de dépôt des offres.

C. PRESENTATION DES OFFRES

7. Documents constituant l'offre

Pour qu'une offre soit considérée comme complète, elle devra comprendre les documents suivants :

7.1. Documents administratifs constituant l'offre :

1. Les statuts juridiques pour les Bureaux d'études ;
2. Un formulaire des renseignements sur le soumissionnaire suivant le modèle en annexe ;
3. Une preuve d'achat du Dossier d'Appel d'Offres portant le numéro du DAO ;
4. Une attestation de non redevabilité aux impôts et taxes délivrée par l'OBR et en cours de validité ;
5. Une attestation de non redevabilité délivrée par l'INSS en original ;



6. En cas de groupement d'entreprises, présenter les documents suivants :
 - La convention de groupement notariée entre tous les membres du groupement ;
 - Une procuration signée par les personnes habilitées des membres du groupement autorisant le mandataire à les représenter auprès de l'autorité contractante ;
 - Chaque membre du groupement doit fournir les documents 1, 4, 5, 7 et 8 ;
7. Un Certificat d'Immatriculation Fiscale (NIF), pour les Bureaux d'études ;
8. Une copie du registre de commerce, pour les Maisons.

7.2. Enveloppe contenant l'offre financière renfermera :

1. Un acte de soumission, établi suivant le modèle en annexe ;
2. Le bordereau des prix proposés par la Maison/Consultant ;
3. Un délai de livraison ;
4. L'acte d'engagement rédigé suivant le modèle en annexe.

NB :

- 1. L'absence ou la non-conformité de l'un des documents ci-haut énumérés entraîne le rejet de l'offre en défaut lors de l'analyse, conformément à l'article 183 du Code des Marchés Publics ;**
- 2. Les deux enveloppes seront consignées dans une seule enveloppe extérieure.**

8. Langue de l'offre

L'offre ainsi que tous les documents et correspondances, concernant la soumission, échangés entre le soumissionnaire et l'Autorité Contractante seront rédigés en langue française.

Les documents complémentaires fournis par le soumissionnaire peuvent être rédigés dans une autre langue à condition d'être accompagnés d'une traduction en français de ces derniers, auquel cas, la traduction en français fera foi.

9. Montant de l'offre

Le montant, tel que détaillé dans l'offre financière, sera calculé et chiffré sur base du bordereau des prix présenté par le soumissionnaire. Le soumissionnaire indiquera donc, en chiffres, les prix unitaires de toutes les rubriques figurant au bordereau des prix et les prix totaux en chiffres et en lettres. En cas de différence entre les montants en chiffres et en lettres, le montant en lettres fera foi. Le prix est ferme, non révisable et non actualisable.

L'Autorité Contractante vérifiera que les offres sont reconnues conformes au DAO pour la correction des erreurs de calcul éventuelles et en fera part au soumissionnaire concerné. Lorsqu'il y a une différence entre les montants en chiffres et en lettres, le montant en lettres fera foi.



Lorsqu'il y a une incohérence entre les prix unitaires et le prix total, les prix unitaires du bordereau feront foi.

10. Monnaie de soumission

Les offres seront exprimées en francs burundais, taxe sur la valeur ajoutée comprise (FBU TVAC).

11. Validité des offres

Les offres sont valables pendant une période de quatre-vingt-dix (90) jours calendriers à compter de la date limite de l'ouverture des offres.

12. Forme et signature de l'offre

Le soumissionnaire préparera un original et cinq copies de l'offre, mentionnant clairement sur les exemplaires "**ORIGINAL**" et "**COPIE**" selon le cas. En cas de différence entre eux, l'original fera foi.

Ces exemplaires seront dactylographiés ou écrits à l'encre indélébile et seront signés par le soumissionnaire ou par une (des) personne(s) dûment autorisée(s) à engager celui-ci.

Toutes les pages de l'offre seront paraphées par le(s) signataire(s). L'offre ne contiendra aucune mention, interligne, rature ou surcharge qui ne soit paraphé par le(s) signataire(s).

D. DEPOT DES OFFRES

13. Cachetage et marquage des offres

Les soumissionnaires placeront l'original et les copies de leurs offres dans deux enveloppes différentes cachetées, portant la mention "**OFFRE TECHNIQUE**" et "**OFFRE FINANCIERE**" selon le cas.

Ces enveloppes seront ensuite placées dans une seule enveloppe extérieure.

Les enveloppes intérieure et extérieure devront :

- a) Être adressées à l'Autorité Contractante à l'adresse indiquée dans l'Avis d'Appel d'Offres ;
- b) Porter le titre et le numéro du DAO, tels qu'indiqués dans l'Avis d'Appel d'Offres ;
- c) Porter les mots "**NE PAS OUVRIR AVANT LE 9./6./2023**", suivis de la mention de la date et de l'heure fixées pour l'ouverture des offres, comme spécifié dans l'Avis d'Appel d'Offres.

Les enveloppes intérieures porteront également le nom et l'adresse du soumissionnaire de façon à permettre à l'Autorité Contractante de renvoyer l'offre cachetée si elle a été déposée "hors délai".



Si l'enveloppe intérieure n'est pas cachetée et marquée comme indiqué ci-dessus, l'ADB ne sera en aucun cas responsable si l'offre est égarée ou si elle est ouverte prématurément.

Les offres devront être paginées, paraphées et comprendre une table des matières.

14. Date et heure limite de dépôt des offres

Les offres doivent être reçues à l'adresse spécifiée ci-dessus au plus tard le 8/6/2023 à **10h00' heure locale.**

L'ADB peut, à son gré, reporter la date limite fixée pour le dépôt des offres en publiant un éventuel additif. Dans ce cas, tous les droits et obligations de l'Acheteur et du soumissionnaires précédemment régis par la date limite initiale seront régis par la nouvelle date limite.

E. OUVERTURE ET EVALUATION DES OFFRES

15. Ouverture des offres (en 2 étapes) :

- **1^{ère} étape : ouverture des offres techniques**
- **2^{ème} étape : ouverture des offres financières pour les offres retenues techniquement et administrativement**

L'ADB ouvrira les offres, y compris les modifications effectuées, en présence des soumissionnaires qui souhaitent assister à la séance publique d'ouverture ou de leurs représentants et d'un représentant de la DNCMP, le 8/6/2023 à **10h30'** heure locale, au siège de l'ADB sis à l'Immeuble Asharif, Quartier Mutanga-Nord, Boulevard Mwezi Gisabo, Près de l'Hôpital Militaire de Kamenge, B.P. 7057 Bujumbura, Tél : 22275996/97.

Le Procès-Verbal d'ouverture doit comporter notamment les informations communiquées aux soumissionnaires présents. Ceux-ci doivent signer une liste qui atteste leur présence.

Une copie du Procès-verbal sera remise au soumissionnaire qui en aura fait la demande et transmis à la Direction Nationale de Contrôle des Marchés Publics.

Lors de l'ouverture des offres, l'ADB annoncera les noms des soumissionnaires, les modifications et les retraits des offres, et toute autre information que l'ADB peut juger appropriée.

Les offres qui n'ont pas été ouvertes lors de la séance d'ouverture des offres ne sont en aucun cas soumises à l'évaluation.

16. Caractère confidentiel de la procédure

Aucune information relative à l'examen, aux éclaircissements, à l'évaluation et à la comparaison des offres ainsi qu'aux recommandations concernant l'attribution du Marché ne doit être divulguée aux soumissionnaires ou à toute autre personne ne participant pas officiellement à cette



procédure avant l'annonce de l'attribution du Marché. Toute tentative faite par un soumissionnaire pour influencer l'Acheteur dans l'examen des soumissions ou la décision d'attribution peut entraîner le rejet de son offre.

17. Eclaircissements apportés aux offres et contacts avec l'Autorité Contractante

Pour faciliter l'examen, l'évaluation et la comparaison des offres, l'Autorité Contractante peut demander à tout soumissionnaire de donner des éclaircissements sur son offre, y compris un sous-détail des prix unitaires.

La demande d'éclaircissements et la réponse qui lui est apportée sont formulées par écrit, mais aucun changement du montant ou du contenu de la soumission n'est recherché, offert ou autorisé, sauf si c'est nécessaire pour confirmer la correction d'erreurs de calcul découvertes par l'Autorité contractante lors de l'évaluation des soumissions.

18. Examen des offres et détermination de leur conformité

Avant d'effectuer l'évaluation détaillée des offres, l'ADB établira la conformité de l'offre en vérifiant que chaque offre :

- répond aux critères de qualification tels qu'indiqués dans le Dossier d'Appel d'Offres ;
- a été dûment signée ;
- est conforme aux conditions fixées dans le Dossier d'Appel d'Offres ;
- présente toute précision et/ou justification que l'Autorité Contractante peut exiger pour déterminer sa conformité.

Une offre conforme au Dossier d'Appel d'Offres est celle qui respecte tous les termes, conditions et spécifications, sans divergence ni réserve importante.

Une divergence ou réserve importante est celle qui :

- a) affecte sensiblement la nature et la qualité du travail ;
- b) limite sensiblement, en contradiction avec le DAO, les droits de l'Autorité Contractante ou les obligations de la Maison/Consultant ;
- c) est telle que sa rectification affecterait injustement la compétitivité des autres soumissionnaires qui ont présenté des offres conformes pour l'essentiel au DAO.

19. Correction des erreurs

L'Autorité Contractante vérifiera les offres reconnues conformes au DAO pour la correction des erreurs de calcul éventuelles et en fera part au soumissionnaire concerné. Les erreurs seront corrigées de la façon suivante :

- Lorsqu'il y a une différence entre les montants en chiffres et en lettres, le montant en lettres fera foi ;



- Lorsqu'il y a une incohérence entre le prix unitaire et le prix total, le prix unitaire du bordereau fera foi ;
- Lorsqu'il y a une incohérence entre le prix unitaire et le prix total obtenu en multipliant le prix unitaire par la quantité, le prix unitaire cité fera foi, à moins que la sous-commission d'analyse estime qu'il s'agit d'une erreur grossière de virgule dans le prix unitaire, auquel cas le prix total tel qu'il est présenté fera foi et le prix unitaire sera corrigé ;
- Lorsqu'il y a une erreur d'addition des différents éléments du prix, le prix de chaque élément fait foi et le montant de la soumission corrigé.
- Les corrections des erreurs ne doivent pas dépasser 5% du montant du marché.

Le montant figurant dans la soumission sera alors corrigé par l'ADB conformément à la procédure susmentionnée pour la correction des erreurs ;

Si le soumissionnaire ayant présenté l'offre évaluée la moins disante n'accepte pas les corrections apportées, son offre sera rejetée.

20. Evaluation et comparaison des Offres

La Commission de Passation du marché n'évaluera et ne comparera que les offres qui ont été reconnues conformes pour l'essentiel.

En évaluant les offres, la Commission de Passation du marché déterminera pour chaque offre son montant exact en le rectifiant comme suit :

- en corrigeant toute erreur éventuelle ;
- par un ajustement approprié pour tout rabais lu pendant la séance d'ouverture publique des offres, toutes variations, divergences ou réserves jugées acceptables.

La même commission se réserve le droit d'accepter ou de rejeter toute modification, divergence, réserve ou offre variante.

Si les offres évaluées les plus intéressantes sont fortement déséquilibrées par rapport à l'estimation de la Commission de Passation du marché, celle-ci peut demander aux soumissionnaires de fournir les sous-détails de prix pour n'importe quelle rubrique.

21. Préférence accordée

Aucune marge de préférence n'est prévue dans le cadre de ce marché.

22. Contacts avec l'Autorité Contractante

Si le soumissionnaire souhaite porter à l'attention de l'Autorité Contractante des informations complémentaires, il devra le faire par écrit.

Les soumissionnaires doivent scrupuleusement se conformer aux dispositions décrites dans le Dossier d'Appel d'Offres au risque de se voir appliquer les dispositions du Code des Marchés Publics du Burundi, définissant les sanctions des violations de la réglementation en matière de marchés publics.



F. ATTRIBUTION DU MARCHÉ

23. Attribution

Le marché sera attribué au soumissionnaire administrativement et techniquement conformes, et qui aura totalisé le plus de points, proposition technique et financière réunies.

Toutefois, la proposition financière ne doit pas être ni sous-estimée, ni surestimée et doit être comprise dans la fourchette d'au moins 10% déterminée ; conformément aux articles 193 et 194 du Code des Marchés Publics.

24. Notification définitive du marché

Avant l'expiration du délai de validité des offres fixé par l'Autorité Contractante, ce dernier notifiera à l'Attributaire du Marché, par lettre recommandée, que sa soumission a été acceptée. Cette lettre de Marché indiquera le montant que l'Autorité Contractante paiera à l'Attributaire du Marché, après approbation des rapports qui seront transmis par la Maison/Consultant à l'Autorité Contractante.

La lettre de Marché précisera, le cas échéant, les corrections apportées au montant initial de l'offre de l'attributaire provisoire. Si ce dernier n'accepte pas de correction ainsi effectuée, son offre sera rejetée.

25. Signature du Marché

L'ADB enverra à l'attributaire du Marché, en même temps que la Lettre de Marché, l'Acte d'engagement figurant dans le DAO, qui récapitule toutes les dispositions acceptées par les parties.

L'Autorité Contractante informera dans les meilleurs délais les autres soumissionnaires que leurs offres n'ont pas été retenues.

26. Réception du marché

La Maison/Consultant devra présenter au Directeur Général de l'ADB des rapports tel que précisé dans la troisième partie du présent Dossier d'Appel d'Offres, deux (2) mois, soit soixante (60) jours calendaires, comptés à partir du jour de la signature du contrat avec l'ADB.



II.2. DONNEES PARTICULIERES DE L'APPEL D'OFFRES (DPAO)

Les dispositions ci-après, qui sont spécifiques aux services faisant l'objet de l'Appel d'Offres, complètent ou, le cas échéant, modifient les dispositions des Instructions aux Soumissionnaires (IS).

En cas de divergence, les données particulières ci-dessous ont priorité sur les clauses des Instructions aux Soumissionnaires (IS).

Les chiffres de la première colonne se réfèrent à la Clause correspondante des Instructions aux Soumissionnaires.

Référence aux IS	A. Généralités
1.	<p>Objet de la soumission</p> <p>L'Agence de Développement du Burundi (ADB), ci-après dénommée "l'Acheteur", lance un Appel d'Offres en vue de l'obtention des fournitures et services dont les spécifications techniques sont détaillées dans la deuxième partie intitulée "Spécifications techniques pour le recrutement d'une maison/consultant chargé d'élaborer la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi" du présent Dossier d'Appel d'Offres n° DNCMP/.....9.5/S/2022-2023.</p> <p>Nom et adresse de l'acheteur :</p> <p>Agence de Développement du Burundi, Immeuble Asharif, Quartier Mutanga-Nord Boulevard Mwezi Gisabo, Près de l'Hôpital Militaire de Kamenge, B.P. 7057 Bujumbura, Tél: 22275996/97.</p> <p>Délai et lieu de livraison</p> <p>Le délai de livraison des rapports est fixé à deux (2) mois, soit soixante (60) jours calendaires, à compter du jour de la signature du contrat avec l'ADB, mais un soumissionnaire peut proposer un délai plus court.</p>
2.	<p>Origine des fonds</p> <p>Les paiements prévus au titre du Marché pour lequel le présent Appel d'Offres est lancé seront assurés par l'ADB, sur le budget général de l'Etat, exercice 2022-2023</p>
3.	<p>Soumissionnaire admis à concourir</p> <p>3.1 L'Appel d'Offres publié par l'Agence de Développement du Burundi s'adresse à toutes les Maisons/Consultants remplissant toutes les conditions d'admissibilité aux marchés publics et conformément à l'article 151 du Code des Marchés Publics du Burundi et sous réserve des dispositions suivantes :</p>



	<p>a) Le soumissionnaire ne doit pas avoir fait l'objet d'une décision d'exclusion pour corruption ou de manœuvres frauduleuses prise en vertu des dispositions de la Clause 5 des Instructions aux Soumissionnaires (IS),</p> <p>b) Ne peuvent soumissionner au présent Appel d'Offres, les personnes physiques ou morales non conformes aux dispositions de l'article 161 du Code des Marchés Publics du Burundi.</p> <p>3.2 Les soumissionnaires doivent fournir toutes pièces que l'Agence de Développement du Burundi peut raisonnablement demander établissant à sa satisfaction qu'ils continuent d'être admis à concourir.</p>
B. Le Dossier d'Appel d'Offres	
4.	<p>Contenu du Dossier d'Appel d'Offres</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avis d'Appel d'Offres (AO) ; - Règlement Particulier d'Appel d'Offres (RPAO) ; - Instructions aux Soumissionnaires (IS) ; - Données Particulières d'Appel d'Offres (DPAO) ; - Bordereau des prix et des quantités ; - Les annexes.
5.	<p>Eclaircissement apportés au Dossier d'Appel d'Offres</p> <p>Des questions relatives au Dossier d'Appel d'Offres peuvent être adressées par écrit au Directeur Général de l'Agence de Développement du Burundi au plus tard dix (10) jours calendaires avant la date limite de dépôt des offres. Ce dernier répondra par écrit à la Maison/Consultant qui en a fait la demande et diffusera la même réponse à toutes les maisons/consultants ayant acheté le Dossier d'Appel d'Offres, sans toutefois identifier le demandeur.</p>
6.	<p>Modifications au Dossier d'Appel d'Offres</p> <p>L'ADB peut, à tout moment, avant la date de dépôt des offres, et pour tout motifs, que ce soit à son initiative ou en réponse à une demande d'éclaircissements formulée par un soumissionnaire, modifier le Dossier d'Appel d'Offres (DAO) en publiant un additif.</p> <p>Tout additif ainsi publié fait partie intégrante du DAO et sera communiqué par écrit à tous les soumissionnaires qui ont acheté le DAO. Ces derniers accuseront réception, par écrit, de chacun des additifs de l'Acheteur.</p> <p>Pour donner aux soumissionnaires le temps nécessaire à la prise en considération de l'additif dans la préparation de leurs offres, l'Acheteur a la faculté de reporter la date limite de dépôt des offres.</p>
C. Préparation des offres	
7.	<p>Documents constituant l'offre</p> <p>1°. Enveloppe contenant l'offre technique et qui renfermera :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Les statuts juridiques pour les Bureaux d'études (personne morale) ;



	<ol style="list-style-type: none"> 2. Un formulaire des renseignements sur le soumissionnaire suivant le modèle en annexe ; 3. Une preuve d'achat du Dossier d'Appel d'Offres portant le numéro du DAO ; 4. Une attestation de non redevabilité aux impôts et taxes délivrée par l'OBR et en cours de validité ; 5. Une attestation de non redevabilité délivrée par l'INSS en original ; 6. En cas de groupement d'entreprises, présenter les documents suivants : <ul style="list-style-type: none"> - La convention de groupement notariée entre tous les membres du groupement ; - Une procuration signée par les personnes habilitées des membres du groupement autorisant le mandataire à les représenter auprès de l'autorité contractante ; - Chaque membre du groupement doit fournir les documents 1, 4, 5, 7 et 8 ; 7. Un Certificat d'Immatriculation Fiscale (NIF), pour les Bureaux d'études ; 8. Une copie du registre de commerce, pour les Maisons. <p>2°. Enveloppe contenant l'offre financière et qui renfermera :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Un acte de soumission, établi suivant le modèle en annexe ; 2. Le bordereau des prix proposés par la Maison/Consultant ; 3. Un délai de livraison (60 jours) déjà susdit ; 4. L'acte d'engagement rédigé suivant le modèle en annexe. <p>NB :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. L'absence ou la non-conformité de l'un des documents ci-haut énumérés entraîne le rejet de l'offre en défaut lors de l'analyse, conformément à l'article 183 du Code des Marchés Publics ; 2. Les deux enveloppes seront consignées dans une seule enveloppe extérieure.
<p>8.</p>	<p>Langue de l'offre</p> <p>L'offre ainsi que toutes les correspondances et tous les documents échangés concernant la soumission entre le soumissionnaire et l'Agence de Développement du Burundi seront rédigés en langue française.</p> <p>Les documents complémentaires et les imprimés fournis par les soumissionnaires peuvent être rédigés dans une autre langue à condition d'être accompagnés d'une traduction en français des passages concernant la soumission, auquel cas, et aux fins d'interprétation de l'offre, la traduction en français fera foi.</p>



9.	<p>Montant de l'offre</p> <p>Les prix tel que détaillé dans l'offre financière, seront calculés et chiffrés sur base du bordereau des prix présenté pas le soumissionnaire. Le soumissionnaire indiquera donc, en chiffres et en lettres les prix totaux toutes taxes comprises.</p> <p>Le marché est ferme, non révisable et non actualisable.</p>
10.	<p>Monnaie de soumission</p> <p>Les soumissionnaires doivent exprimer leurs prix en francs burundais, taxe sur la valeur ajoutée comprise (FBU TVAC).</p>
11.	<p>Validité des offres</p> <p>Les offres sont valables pendant une période de quatre-vingt-dix (90) jours calendaires à compter de la date limite de dépôt des offres.</p>
12.	<p>Forme et signature de l'offre</p> <p>Le soumissionnaire préparera un (1) original et quatre (4) copies de l'offre, mentionnant clairement sur les exemplaires "ORIGINAL" et "COPIE" selon le cas. En cas de différence entre eux, l'original fera foi. Ces exemplaires seront dactylographiés ou écrits à l'encre indélébile et seront signés par le soumissionnaire ou par une (des) personne(s) dûment autorisée(s) à engager celui-ci. Toutes les pages de l'offre, sauf les prospectus imprimés, seront paginées et paraphées par le(s) signataire(s). L'offre ne contiendra aucune mention, interligne, rature ou surcharge qui ne soit paraphé par le(s) signataire(s). Les offres doivent comprendre une table des matières.</p>
D. Dépôt des offres	
13.	<p>Cachetage et marquage des offres</p> <p>Les soumissionnaires placeront l'original et les copies de leurs offres dans deux enveloppes séparées et cachetées portant la mention, « OFFRE TECHNIQUE » et « OFFRE FINANCIERE » selon le cas. Ces enveloppes seront ensuite placées dans une enveloppe extérieure.</p> <p>Les enveloppes intérieures porteront également le nom, le cachet et l'adresse du soumissionnaire de façon à permettre au Maître d'Ouvrage de renvoyer l'offre cachetée si elle a été déclarée « hors délai ».</p> <p>Si l'enveloppe intérieure n'est pas cachetée et marquée comme indiqué ci-dessus, l'Agence de Développement du Burundi (ADB) ne sera en aucun cas responsable si l'offre est égarée ou si elle est ouverte prématurément.</p> <p>Les offres doivent être paginées, paraphées et comprendre une table des matières.</p>
14.	<p>Date et heure limite de dépôt des offres</p>



	<p>Les offres doivent être reçues à l'adresse spécifiée ci-dessus au plus tard le 08/06/2023 à 10h00' heures locales.</p> <p>L'Agence de Développement du Burundi peut, à son gré, reporter la date limite fixée pour le dépôt des offres en publiant un éventuel additif. Dans ce cas, tous les droits et obligations de l'Acheteur et des soumissionnaires précédemment régis par la date limite initiale seront régis par la nouvelle date limite.</p>
<p>E. Ouverture des offres et évaluation des offres</p>	
<p>15.</p>	<p>Ouverture des offres</p> <p>L'Agence de Développement du Burundi (ADB) à travers une sous-commission d'ouverture des offres issue de la Cellule de Passation des Marchés (CPM) ouvrira les offres, y compris les modifications effectuées en présence des soumissionnaires ou de leurs représentants qui souhaitent assister à l'ouverture des offres à la date, heure et adresse stipulées dans l'Avis d'Appel d'Offres.</p> <p>N.B : Les offres seront ouvertes en deux étapes conformément à l'article 91 du Code des Marchés Publics.</p> <p>Les soumissionnaires ou leurs représentants signeront un registre attestant leur présence.</p> <p>Lors de l'ouverture des offres, l'ADB annoncera les noms des soumissionnaires, les montants totaux des offres, y compris toute variante, les rabais éventuels, les modifications et les retraits des offres, et toute autre information que l'ADB peut juger appropriée.</p> <p>L'ADB établira le Procès-verbal de l'ouverture des offres, qui comporte notamment les informations communiquées aux soumissionnaires présents. Les offres qui n'ont pas été ouvertes ou dont le montant n'a pas été lu lors de la séance d'ouverture des offres ne sont en aucun cas soumises à l'évaluation.</p> <p>Les offres seront ouvertes en deux (02) étapes conformément à l'article 91 du Code des Marchés Publics.</p>
<p>20.</p>	<p>Evaluation et comparaison des Offres</p> <p>a) Critères de qualification technique : 100 points</p> <p>Le personnel aligné : 55 points</p> <p>I. Consultant</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Expérience générale du chef de mission : 10 ans avec preuve à l'appui : 10 points ✓ Diplôme de doctorat en Marketing, en économie, sciences de gestion, droit des affaires + CV actualisé : 5 points



II. Expert associé

- ✓ Expérience générale : **5 points** ;
- ✓ Diplôme supérieur de niveau Master (Bac + 5) en Marketing, en économie, sciences de gestion, droit des affaires + CV actualisé : **05 points**
 - Justifier d'au moins deux références dans l'élaboration des stratégies Marketing et plans d'actions marketing/communication y relatifs avec preuve à l'appui (attestation de service rendu ou attestation de bonne fin) : **20 points**,

N.B : une référence pour chacun des experts

- Méthodologie et planning : **10 points**

Profil du cabinet : 45 points

- I. Expérience générale du bureau/cabinet : 10 ans : **10 points**
- II. Expérience spécifique du bureau/cabinet : avoir déjà réalisé et réussi une mission de stratégie de marketing ou stratégie de communication dans des institutions publiques ou dans les projets financés par les bailleurs de fonds avec preuve (contrat sanctionné par le PV de réception : **15 points**
- III. Avoir un chiffre d'affaires moyen des 3 dernières années d'au moins 500 millions de francs burundais avec preuve (états financiers réceptionnés par l'Office Burundais des Recettes « OBR ») : **20 points**

N.B : * Les diplômes du personnel alignés doivent être obligatoirement certifiés conformes à l'original. A défaut, il est sanctionné par la note zéro.

* Les PV de réception, les attestations de bonne fin et les contrats qui ne portent pas les logos des entités ou des institutions délivratrices ne seront pas prise en considération pendant l'analyse.

Le score minimal pour être qualifié techniquement est de 70%, soit une note de 70/100.

La durée de réalisation du travail ne peut pas excéder soixante (60) jours calendaires de travail à compter à partir de la date de la notification du contrat par l'autorité contractante.

b) Evaluation et comparaison des Offres financières

La Commission de Passation du Marché n'évaluera et ne comparera que les offres qui ont été reconnues conformes pour l'essentiel.

En évaluant les offres, la Commission de Passation des Marchés Publics déterminera pour chaque offre son montant exact en le rectifiant comme suit :

- en corrigeant toute erreur éventuelle ;



	<ul style="list-style-type: none"> - en corrigeant toute erreur éventuelle ; - par un ajustement approprié pour tout rabais lu pendant la séance d'ouverture publique des offres, toutes variations, divergences ou réserves jugées acceptables. <p>La même Commission se réserve le droit d'accepter ou de rejeter toute modification, divergence, réserve ou offre variante.</p> <p>Si l'offre évaluée la plus intéressante est fortement déséquilibrée par rapport à l'estimation de la Commission de Passation des Marchés Publics, celle-ci peut demander au soumissionnaire de fournir les sous-détails de prix pour n'importe quelle rubrique.</p> <p>Pour évaluer le montant de l'offre, l'ADB peut devoir prendre également en considération des facteurs autres que les prix de l'offre indiqué, tels que les caractéristiques, la performance des fournitures et services, et leurs conditions d'achat. Les facteurs retenus, le cas échéant, seront exprimés en termes monétaires de manière à faciliter la comparaison des offres.</p>
F. Attribution du marché	
23.	<p>Attribution</p> <p>L'ADB attribuera le Marché au soumissionnaire administrativement conforme, dont l'offre technique a un score de 70% et aura totalisé le plus de points, proposition technique et financière réunies.</p> <p>Formule pour calculer le score combiné : $SC = (TxST) + (FxSF)$</p> <p>où:</p> <p>SC : Score Combiné ; ST : Score Technique SF : Score Financier T et F : les coefficients respectifs attribués aux propositions technique et financière</p> <p>Toutefois, la proposition financière ne doit pas être ni sous-estimée, ni surestimée et doit être comprise dans la fourchette d'au moins 10% déterminée ; conformément à l'article 194 du Code des Marchés Publics.</p>
24.	<p>Notification de l'attribution du Marché</p> <p>Avant l'expiration du délai de validité des offres fixés par l'Acheteur, ce dernier notifiera à l'attributaire du Marché, par lettre recommandée, que sa soumission a été acceptée. Cette lettre, dénommée ci-après et dans le Cahier des Clauses Administratives Particulières "Lettre de Marché", indiquera le montant que l'Acheteur paiera au Fournisseur au titre de la livraison des fournitures et services.</p> <p>La lettre de Marché précisera, le cas échéant, les corrections apportées au montant initial de l'offre de l'attributaire provisoire. Si ce dernier n'accepte pas la correction ainsi effectuée, son offre sera rejetée et la garantie de soumission saisie.</p>
25.	<p>Signature du Marché</p>



	<p>L'Agence de Développement du Burundi enverra à l'attributaire du Marché la lettre de marché qui récapitule toutes les dispositions acceptées par les parties. L'attributaire du Marché la signera et la renverra au Maître d'Ouvrage.</p> <p>L'Agence de Développement du Burundi informera dans les meilleurs délais les autres soumissionnaires que leurs offres n'ont pas été retenues, et leur restituera leurs garanties de soumission.</p>
26.	<p>Réception du marché</p> <p>La Maison/Consultant devra présenter au Directeur Général de l'ADB des rapports tel que précisé dans la troisième partie du présent Dossier d'Appel d'Offres, Deux (2) mois, soit soixante (60) jours calendaires, comptés à partir du jour de la signature du contrat avec l'ADB.</p>



TROISIEME PARTIE : TERMES DE REFERENCES POUR LE RECRUTEMENT D'UNE MAISON/CONSULTANT CHARGEE D'ELABORER LA STRATEGIE MARKETING PAYS /BRANDING PAYS DU BURUNDI

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Au fur des temps, le Burundi a connu plusieurs changements dans presque tous les domaines, suite aux perturbations liées à l'instabilité politique, ce qui a poussé non seulement au ralentissement de l'économie mais aussi à la dégradation de l'image de marque du pays.

Certains des investisseurs étrangers et même nationaux ont quitté le pays ; une partie de la population s'est réfugiée à l'étranger et d'une manière générale, la population burundaise a perdu sa fierté et son patriotisme. L'identité nationale et les valeurs nationales ont été fortement touchées bien que les burundais démontrent avoir des valeurs appréciables telles que la cordialité, l'hospitalité légendaire, l'amour du travail et l'esprit d'entreprise.

Cependant, depuis un certain temps, le Burundi est en train de renaître et de rétablir un Etat de droit et de relance de son économie par un développement durable, la construction, la gestion et la valorisation de l'image ainsi que la réputation du pays pouvant contribuer efficacement à court et à long terme au développement économique et social du Burundi.

Etant donné que la politique de promotion de l'image de marque d'un pays est un concept qui a été adopté par bon nombre de pays afin de bâtir une image globale fondée sur leurs spécificités, compétences et valeurs ; le Burundi voudrait à son tour ,emboîter le pas afin d'émerger comme ce fut le cas pour d'autres pays.

Dans cette vision de gestion de son image, de valoriser sa réputation, de promouvoir le patriotisme et la fierté nationale, le Burundi veut se doter d'une stratégie « Marketing Pays » dans le but de mener des actions pouvant mettre le pays sur la carte du monde.

Bien que de nombreuses institutions soient impliquées dans la promotion de l'image du pays, le Gouvernement du Burundi, dans son programme de «Reta Mvyeyi, Reta Nkozi » a instauré plusieurs réformes dont parmi lesquelles, la révision du Code des Investissements qui a fait que l'ancienne Agence de Promotion des Investissements change en l'Agence de Développement du Burundi.



Par cette réforme, l'ADB est devenue l'organe pilote de développement du pays, et aussi, le principal Portail d'entrée et seul interlocuteur de tous les investisseurs à la recherche d'opportunités d'affaires au Burundi. Elle a été confiée la mission de promouvoir et faciliter les investissements locaux et étrangers, ainsi que les exportations et, améliorer le climat des affaires en vue de mieux servir et booster les investissements au Burundi. Dans ce cadre, l'Agence est appelée à mettre à la disposition des investisseurs et exportateurs des informations économiques et commerciales pouvant les attirer et leurs être utiles dans leurs projets d'investissements.

C'est dans cette optique, et par sa mission pharameuse de développer le pays, que le Gouvernement du Burundi, dans sa retraite du 4 août 2022, a recommandé à l'ADB, (voir la correspondance référencée N/Réf :121/PM/2524 du 7 septembre 2022) via sa Cellule de Communication et Relations publiques, de disponibiliser une Stratégie de « Marketing Pays » en travaillant sur l'image que tout étranger aura du Burundi une fois sur navigation en ligne ou dans les médias internationaux.

Pourquoi l'Image de Marque du Burundi est-elle si importante ?

Le Burundi est de plus en plus conscient de l'importance de définir la façon dont il veut être perçu par les investisseurs et d'autres tiers, et la nécessité d'améliorer et de tirer parti de leurs atouts uniques. Alors que le tourisme est souvent la manifestation la plus visible d'un pays en tant que marque, il est clair que les valeurs de l'image et de la réputation ont un impact important sur ses produits, sa population, ses opportunités d'investissements et même son aide à l'étranger et son financement.

La concurrence qui s'est intensifiée dans la mondialisation exige la communication d'unicité d'une nation, les valeurs et les avantages comme une marque mémorable. Il existe près de 200 pays dans le monde aujourd'hui, tous en concurrence pour les ressources, le commerce et l'attention. Comment promouvoir l'image de marque du Burundi ? Comment alors faire savoir au monde entier qu'on existe et qu'on a beaucoup à offrir ? Comment amener les burundais, en particulier la diaspora à être des ambassadeurs de leur propre pays ? Telles sont les interrogations que la maison Expert en Communication pourra répondre en préparant la Stratégie Marketing Pays.

Qu'est-ce que l'Image de Marque d'un Pays ?

L'Image de Marque Nationale est un domaine de la théorie et la pratique qui vise à construire, gérer et mesurer la réputation des nations. Elle applique certaines approches de la gestion de marque commerciale pour les nations, afin de construire, modifier ou de protéger leur réputation internationale.

Cette pratique est fondée sur le fait que les « images de marque » des nations sont toutes aussi importantes pour leur réussite dans le marché mondial que celles de produits et services.

En effet, beaucoup de pays sont en quête d'identité ou à la recherche d'outils de mesure permettant de décrire et d'analyser la perception des publics (usagers, entreprises, touristes, pays...) en relation avec eux-mêmes, et le concept « Image de marque » intervient pour répondre à cette question.



L'image de marque est un concept qui a été adoptée par de nombreux pays afin de construire une image reconnue mondialement et acceptée en fonction des compétences de base et valeurs d'un pays et cette dernière repose sur trois piliers : l'identité (ce qu'est le pays), l'image (sa perception à l'étranger) et la communication (les moyens de transformer une identité en image).

Sur ce qui précède et considérant l'importance de ce document ; l'Agence de Développement du Burundi voudrait recruter une maison Experte en communication ou marketing pour l'élaboration de cette Stratégie afin de fournir un document guide bien perfectionnée, et répondant aux attentes fixées.

II. OBJECTIF GLOBAL

L'objectif global de la mission est d'élaborer une stratégie Marketing Pays du Burundi pour une période de 5 ans ainsi qu'un plan d'actions sur 5 ans et le budget prévisionnel y relatif.

La stratégie Marketing Pays sera élaboré en concordance avec le plan stratégique de l'ADB, pour améliorer la visibilité du pays en relevant les défis majeurs, afin de lui permettre, d'être positionné sur la carte du monde, d'être visionné sous un autre angle afin d'attirer plus de visiteurs et d'investissements.

Cette stratégie permettra notamment à atteindre les objectifs spécifiques suivants :

- ✓ Disponibiliser d'un outil guide (la Stratégie Marketing Pays) pour le renforcement de la visibilité ;
- ✓ Renforcer le positionnement du pays sur la carte du monde ;
- ✓ Rendre le Burundi attrayant aux yeux des investisseurs,
- ✓ Faire du Burundi une destination touristique.

III. RESULTATS ATTENDUS

La stratégie devra faire une analyse de la situation passée, l'état des lieux et proposer une méthodologie ainsi qu'un plan d'actions et un budget prévisionnel des activités. Le document traduira sur la période de 5 ans, les objectifs à atteindre, les priorités afin de lever les défis majeurs que rencontre le pays en termes de visibilité.

En plus des objectifs, il définira les priorités dans la réalisation des objectifs fixés conformément aux besoins exprimés et ces derniers devront être clairement exprimés et s'articuler avec les priorités définies de façon à assurer une meilleure mise en œuvre.

La Stratégie Marketing Pays sera également un instrument qui servira de base au Gouvernement du Burundi pour la mobilisation des ressources propres et celles des partenaires techniques et financiers. Aussi, doit-il définir une stratégie de partenariat et de mobilisation des ressources pour sa mise en application.



IV. LES TACHES DU CONSULTANT/CABINET

Sous la supervision et en étroite collaboration avec la Cellule Communication, la maison sera chargée de :

- Identifier les éventuelles sources de blocage de visibilité et proposer des solutions ;
- Faire un bilan sur les années antérieures et tracer un nouveau positionnement stratégique ;
- Identifier les facteurs majeurs pouvant asseoir, nourrir, conforter et accroître l'image de marque dans tous les domaines ;
- Réaliser /produire la Stratégie Marketing Pays ;
- Identifier un groupe d'approches stratégiques à mettre en œuvre en vue de remédier les faiblesses observées.
- Elaborer un plan d'actions prioritaires sous-tendant la stratégie.
- Estimer les moyens nécessaires à la mise en œuvre de ce plan d'actions et identifier les sources potentielles de financement.
- Préparer une ébauche complète de la stratégie pour circulation, recueillir les commentaires et la finalisation.
- Proposer le budget estimatif pour la mise en action du Plan d'actions proposé.
- Assister l'ADB dans la présentation de la stratégie à l'autorité de Tutelle pour sa validation.
- Faire des corrections ou enrichissements nécessaires.
- Faire valider le document par l'ADB et participer à la séance de validation
- Remettre à l'ADB le Document Final.

V. DEROULEMENT ET DUREE DE LA MISSION

1. Méthodologie détaillée et présentation des rapports

L'activité s'effectuera en étroite collaboration avec la Cellule communication/ Agence de Développement du Burundi afin d'en assurer le suivi.

La durée totale de l'activité est de 60 jours calendriers, à compter de la date de signature du contrat.

Après avoir présenté la méthodologie adaptée pour la réalisation de cette activité, la maison produira et remettra à l'ADB (60 jours) un rapport provisoire présentant la stratégie, le plan d'actions et le budget y relatif qui ne devra pas dépasser 80 pages (hors annexes et références bibliographiques). Ce rapport sera remis en version électronique sous format MS Word 2010 et PDF en version papier en 1 exemplaire.

Les avis et considérations émis par la commission de suivi de l'activité (10 jours) seront intégrés dans le rapport final. La maison aura 10 jours pour préparer le rapport provisoire révisé.



2. Restitution, rapport final et livraison

Une séance de restitution est prévue et l'ADB se chargera des préparatifs de cette séance et la maison quant à elle sera responsable de la restitution du document (stratégie provisoire.)

La maison aura 5 jours après la fin de la séance de restitution pour finaliser la stratégie, le plan d'actions et le budget y relatif. Elle remettra à l'autorité contractante, un document de planification de la stratégie ainsi que les outils d'accompagnement de la stratégie proposée,

Un document du plan de communication marketing avec les étapes séquentielles et périodes avec des outils et supports appropriés, le document final en hard copy (3 exemplaires) et le document en soft copy sous format MS Word 2010 et PDF.

VI. Profil de la Maison

Une maison qui alignera au moins les deux experts suivants :

1. Un consultant international, chef de mission ayant les qualifications suivantes :

- Un diplôme supérieur de niveau Master (Bac + 5) en Marketing, en économie, sciences de gestion, droit des affaires ou une discipline similaire ou une discipline similaire ;
- Justifier d'une expérience internationale confirmée, de 10 ans dont au moins 5 ans à un niveau décisionnel et stratégique dans l'élaboration des stratégies Marketing / Communication ;
- Justifier d'au moins trois expériences (trois pays différents) dans l'élaboration des stratégies Marketing Pays et plans d'actions marketing y relatifs ;
- Justifier d'une très bonne connaissance de la langue française et anglaise.

2. Un consultant national, ayant les qualifications suivantes :

- Un diplôme supérieur de niveau Master (Bac + 5) Communication/ Marketing, en économie, sciences de gestion, droit des affaires ou une discipline similaire ;
- Justifier d'une expérience professionnelle de 10 ans dont au moins 5 ans à un niveau décisionnel et stratégique dans les domaines en rapport ;
- Justifier d'une bonne connaissance des enjeux de Marketing/Communication ;
- Justifier d'au moins trois références en Elaboration des Stratégies Marketing ;
- Avoir une bonne connaissance des bailleurs de fonds intervenant dans le Branding des pays et leur domaine d'intervention.
- Justifier d'une très bonne connaissance de la langue française et anglaise

VII. DUREE DE L'ACTIVITE

La durée de l'activité est de Soixante (60) jours.



QUATRIEME PARTIE : LE MARCHÉ

CAHIER DES CLAUSES ADMINISTRATIVES PARTICULIERES (CCAP) OU LE MARCHÉ

L'Agence de Développement du Burundi (ADB), ci-après désignée « **l'Autorité Contractante** », représentée par son Directeur Général, **Didace NGENDAKUMANA**, d'une part ;

Et

L'Attributaire du marché, ci-après désigné « **Maison/Consultant** », Mr.....d'autre part ;

Ont convenu ce qui suit :

Article 1 : Objet du marché

Le présent Marché a pour objet l'élaboration de la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi.

Article 2 : Documents contractuels

L'ensemble des documents énumérés ci-dessous, dont la Maison/Consultant assure avoir pris connaissance et définissant les conditions du Marché sont :

- Le Marché (ou le contrat) ;
- La soumission ;
- Le Dossier d'Appel d'Offre (DAO)

En cas de discordance entre les pièces contractuelles et constitutives du Marché, ces pièces prévalent dans l'ordre où elles sont énumérées ci-dessus.

Article 3 : Prix du Marché

Le Montant du Marché s'élève à la somme de *[Insérer la somme]* :.....(en FBU TVAC).

Article 4 : Nature du Marché

Il s'agit d'un marché à bordereau des prix.

Article 5 : Régime fiscal et douanier

Les prix du présent Marché sont réputés comprendre tous les montants dus au titre des impôts, droits, taxes et obligations résultant de l'exécution, applicables à ce type de marché en République du Burundi.



Article 6 : Révision de prix

Les prix sont fermes, non révisables et non actualisables.

Article 7 : Modalités de paiement

Le paiement se fera par virement bancaire au compte de la Maison/Consultant après livraison définitive de tous les rapports.

Article 8 : Délai de prestation

Le délai d'exécution est de deux mois (60 jours) calendaires à partir du jour de la signature du contrat avec l'ADB.

Article 9 : Retards et pénalités

En cas de non-respect des délais fixés pour la réalisation de la présente étude, la Maison/Consultant est passible de pénalités dont le montant est calculé suivant la formule décrite ci-après :

P = M x N / 1000, dans laquelle

P = Pénalités

M = Montant total du marché

N = nombre de jours de retard

Les pénalités sont plafonnées à dix pourcents (10%) du montant total du marché.

Article 10 : Résiliation du Marché

Le Marché est résilié de plein droit dans les cas suivants :

- Impossibilité manifeste et durable de l'attributaire du marché compromettant la bonne exécution du Marché ;
- Règlement judiciaire, sauf si l'Autorité Contractante accepte, s'il y a lieu, les offres qui peuvent être faites par les créanciers pour la continuation du Marché ;
- Liquidation des biens, si l'attributaire du marché n'est pas autorisé par le Tribunal à continuer ses activités.

En cas d'événement ne provenant pas de son fait et rendant impossible l'exécution du Marché, ce dernier peut être résilié par l'Autorité Contractante sans qu'il puisse prétendre à une indemnité.



Article 11 : Différends et litiges

Si un différend survient entre l'Autorité Contractante et l'attributaire du marché, sous la forme de réserves faites à un ordre de service ou sous toute autre forme, l'Attributaire du marché remet à l'Autorité Contractante, un mémoire exposant les motifs et indiquant les montants de ses réclamations. En l'absence de notification de décision dans un délai de trente (30) jours calendaires à partir de la date de réception, par l'Autorité Contractante, la réclamation de l'Attributaire du marché est considérée comme étant acceptée.

Si la Maison/Consultant attributaire du marché n'accepte pas la décision de l'Autorité Contractante et qu'aucune solution à l'amiable n'est trouvée, le différend sera soumis aux juridictions compétentes de Bujumbura qui trancheront suivant les règles en vigueur au Burundi.

Article 12 : Entrée en vigueur du Marché

L'entrée en vigueur du présent Marché est subordonnée à l'approbation par les autorités compétentes.

Article 13 : Approbation du Marché

Le présent Marché relatif à l'élaboration de la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi est approuvé après signature par les Autorités Compétentes.

Lu et accepté sans réserve, le...../...../2023

LE PRESTATAIRE

Nom et prénom

Conclu le...../...../2023 par,

L'AUTORITE CONTRACTANTE

Didace NGENDAKUMANA

POUR ACCORD

**LE CHEF DU CABINET CIVIL
DU PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE**

Colonel Aloys SINDAYIHEBURA

POUR VISA

**LE MINISTRE DES FINANCES, DU
BUDGET ET DE LA PLANIFICATION
ECONOMIQUE**

Honorable Audace NIYONZIMA



ANNEXE 1

FORMULAIRE DE RENSEIGNEMENTS SUR LE BUREAU D'ETUDES/CONSULTANT

Date : _____

Avis d'Appel d'Offres N° : _____

1. Nom et prénom de la Maison/Consultant :
Téléphone/Fac-similé :
Adresse électronique :
2. Pays et lieu de résidence :
3 . Année de naissance :
4. Adresse officielle du Maison/Consultant :



FORMULAIRE DE SOUMISSION

Date : _____

Avis d'Appel d'Offre N° : _____

A : _____

Nous, les soussignés, attestons que :

- a) Nous avons examiné le Dossier d'Appel d'Offres N° DNCMP/...../S/2022-2023, y compris l'additif/ les additifs N° : _____ ; et n'avons aucune réserve à leur égard ;
- b) Nous proposons de fournir nos services conformément au Dossier d'Appel d'Offres au prix deTVAC ;
- c) Notre offre demeurera valide pendant une période de _____ jours à compter de la date limite fixée pour la remise des offres dans le Dossier d'Appel d'Offres, cette offre continuera de nous engager et peut être acceptée à tout moment avant l'expiration de cette période ;
- d) Si notre offre est acceptée, nous nous engageons à élaborer la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi, conformément aux Instructions des Soumissionnaires ;
- e) Nous ne nous trouvons pas dans une situation de conflit d'intérêt définie aux Instructions des soumissionnaires ;
- j) Il est entendu que la présente offre, et votre acceptation écrite de ladite offre figurant dans la notification d'attribution du Marché que vous nous adresserez tiendra lieu de contrat entre nous, jusqu'à ce qu'un marché officiel soit établi et signé.
- k) Il est entendu par nous que vous n'êtes pas tenus d'accepter l'offre de moindre coût, ni l'une quelconque des offres que vous pouvez recevoir.

Nom _____ En tant que _____

Signature _____

Dûment habilité à signer l'offre pour le nom de _____

En date du _____ jour de _____



BORDEREAU DES PRIX

BORDEREAU DES PRIX UNITAIRES				
Personnel/Honoraire	Unité	Quantité	Prix unitaire	Prix total
Honoraire				
Déplacement				
Frais de séjour				
Matériel				
TOTAL GENERAL				



ACTE D'ENGAGEMENT

Je/nous Soussigné (s)(Nom/Prénom et adresse de la Maison/Consultant),

Après avoir pris connaissance du DAO N° DNCMP/...../S/2022-2023, je/nous m'/nous engage/engageons sur mes/nos biens meubles et immeubles, à travailler en tant que Maison/Consultant chargé de procéder à l'élaboration de la stratégie marketing pays/Branding pays du Burundi, conformément aux termes de référence du Dossier d'Appel d'Offres (DAO), moyennant le prix de mon offre financière.

Je/nous reste/restons engagé(s) par la présente soumission, pendant un délai de quatre-vingt-dix (90) jours calendaires à partir de la date d'ouverture des soumissions.

Il est entendu que vous n'êtes pas tenu de retenir l'offre la moins disante ni de donner suite à l'une ou l'autre des offres que vous recevrez.

Fait à Bujumbura, le/...../2023

Le soumissionnaire

Signatures et Sceau (s'il y en a)

