



ROYAUME DU MAROC  
AGENCE POUR LE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE  
ET SOCIAL DE LA PREFECTURE ET DES PROVINCES  
DE LA REGION ORIENTALE

## **TERMES DE REFERENCE**

**APPEL D'OFFRES N° 11/2010**

**ELABORATION ET MISE EN ŒUVRE  
D'UNE STRATEGIE WEB AU PROFIT  
DE LA REGION DE L'ORIENTAL**

Appel d'offres ouvert sur offres des prix passé en application de l'alinéa 2, paragraphe 1 de l'article 16 et l'alinéa 3, paragraphe 2 de l'article 17 du décret n° 2-06-388 du 16 moharrem 1428 (5 février 2007) fixant les conditions et les formes de passation des marchés de l'Etat, ainsi que certaines règles relatives à leur gestion et à leur contrôle.

## **SOMMAIRE**

ARTICLE 1 : OBJET DU CPS .....	3
ARTICLE 2 : CONTEXTE ET ETAT DES LIEUX.....	3
ARTICLE 3 : OBJECTIFS DU CPS .....	5
ARTICLE 4 : DEROULEMENT DE LA PRESTATION .....	6
ARTICLE 5 : INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES .....	8
ARTICLE 6 : PROFIL DU SOUMISSIONNAIRE .....	9
ARTICLE 7 : LIVRABLES.....	10

## **ARTICLE 1 : OBJET DU CPS**

Le présent CPS a pour objectif de confier à l'Agence qui serait attributaire les prestations relatives à l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi d'une stratégie WEB au profit de l'Agence de l'Oriental. Ce projet rentre dans le cadre du renforcement des TIC dans la Région de l'Oriental, par l'incitation à l'utilisation des nouvelles technologies de l'Information et des outils du WEB.

## **ARTICLE 2 : CONTEXTE ET ETAT DES LIEUX**

### **2.1. PRESENTATION ET MISSIONS DE L'AGENCE DE L'ORIENTAL**

L'Agence de l'Oriental, dont la création a été décidée par Sa Majesté le Roi Mohammed VI que Dieu l'assiste, est un établissement public doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Elle est placée sous la tutelle du Premier ministre.

La mission de l'Agence de l'Oriental est de concevoir dans le cadre de l'Initiative Royale, un ambitieux programme de développement régional et local pour les Provinces de l'Oriental du Royaume, de le piloter et le maîtriser sur la base d'une stratégie globale, mobilisatrice, transparente et efficace, coordonnée avec l'ensemble des institutions et organismes concernés, sans se substituer à eux et dans le respect des prérogatives de chacun d'eux.

Pour assurer sa mission, l'Agence de l'Oriental se doit de réunir l'expertise nécessaire, mobiliser les ressources indispensables à son action (budgétaires et extrabudgétaires, nationales et internationales, notamment dans le cadre de partenariats) et les orienter vers des projets pertinents et porteurs.

Son périmètre d'intervention couvre l'ensemble des Communes relevant de la Préfecture d'Oujda-Angad et des Provinces de Nador, Berkane, Taourirt, Jerada, Figuig et Driouch.

La création de l'Agence obéit à l'objectif d'inscrire la région dans un processus d'accélération de son développement économique, social, culturel et humain.

Les missions confiées à l'Agence par la loi n°12-05 sont les suivantes :

- Étudier et proposer aux autorités compétentes des programmes économiques et sociaux intégrés, basés sur une stratégie globale tendant à la promotion économique et sociale de la zone concernée et son intégration dans le tissu économique national, maghrébin et euro-méditerranéen.
- Étudier et proposer les projets spécifiques de nature à promouvoir et développer l'économie et les secteurs sociaux dans la zone concernée, notamment dans les secteurs suivants : infrastructures et équipements de base, industrie, développement et reconversion urbaine et habitat, agriculture et élevage, eau.
- Apporter son assistance aux collectivités locales concernées en matière d'assainissement et d'amélioration des services.
- Proposer la création de zones franches.
- Entreprendre toute mesure de nature à favoriser l'intégration des oasis dans l'économie régionale.

- Rechercher les moyens de financement nécessaires à la mise en œuvre des programmes et projets visés ci-dessus et contribuer à ce financement.
- Suivre, pour le compte de l'État et des collectivités locales, la mise en œuvre des programmes économiques et sociaux intégrés et les actions relatives à la réalisation des politiques sectorielles de promotion et de développement économique et social de la zone concernée.
- Œuvrer à la promotion de l'emploi et à l'encouragement de l'initiative privée.
- Élaborer et suivre la mise en œuvre d'une stratégie de communication appropriée afin de promouvoir l'image et l'attractivité de la région.

## **2.2. CONTEXTE ET ETAT DES LIEUX**

Dans le cadre de l'Initiative Royale pour le développement de la Région, l'Agence de l'Oriental a placé parmi ses priorités le développement des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication comme vecteur de croissance.

Ainsi, convaincue de l'importance d'une communication pertinente à travers le WEB, l'Agence s'est engagée dans la voie du marketing territorial via un site web novateur : [www.oriental.ma](http://www.oriental.ma).

Ce site met à la disposition des internautes des informations aussi bien d'ordre institutionnel : Missions et actions de l'Agence, Activités Royales, Grands projets dans la région..., que d'ordre pratique : Agenda des événements, Vidéothèque, accès par profil dédiés...

Dans le souci de conforter sa stratégie de proximité, l'Agence utilise le développement d'outils WEB performants comme un véritable moyen de désenclavement : pour les citoyens à travers l'accès à l'information, pour les entreprises par leur intégration dans la toile du e-commerce et pour les acteurs sociaux pour une meilleure communication.

L'objectif est de créer une dynamique de l'utilisation des TIC afin d'encourager d'autres acteurs locaux à s'engager dans cette voie et à proposer des informations thématiques sur la région ou bien des services en lignes pour dynamiser l'investissement.

Le site WEB constitue également un lien très fort avec la diaspora à l'étranger ou dans d'autres régions du pays, qui le visite régulièrement pour s'enquérir des dernières avancées et des projets en cours de réalisation dans la région.

De plus, dans la mouvance qui se met en place à travers les grands projets structurants dans la région et les ambitions touristiques des différents sites, il s'avère important de communiquer sur les actions entreprises dans la région.

Ainsi, grâce à l'innovation et à l'utilisation de technologies spécialisées dans le WEB, l'Agence entend susciter l'intérêt de différents profils d'internautes (Investisseurs, société civile, MRE, citoyens, ...) pour venir investir ou bien s'installer dans cette région du Royaume.

### **ARTICLE 3 : OBJECTIFS DU CPS**

En plus de son portail Internet, l'Agence de l'Oriental souhaiterait mettre en place une stratégie Internet complète dont l'objectif serait d'organiser, d'enrichir et de pérenniser l'information en ligne concernant la Région de l'Oriental marocain.

Au courant de l'année 2007, l'Agence de l'Oriental a lancé son site Internet. Ce dernier se veut être un véritable hub pour la Région de l'Oriental marocain. Le site [www.oriental.ma](http://www.oriental.ma) contient aujourd'hui une masse d'information très importante qui certes sert de base de travail pour la compréhension du contexte économique et social de la région mais peu parfois alourdir le contact avec les internautes ciblés. Il est, donc, important à cette phase du projet de développement « WEB » de l'Agence de mettre susciter une réflexion globale qui porterait sur les axes suivants :

- Un environnement de consultation virtuel qui accompagne les efforts de développement de la région.
- Une stratégie globale « WEB » ouverte sur les utilisateurs et dimensionnée par rapport à leurs besoins.

Pour cela, l'Agence souhaite mettre en place une démarche active visant à proposer très rapidement du contenu en ligne qui couvrira l'ensemble des besoins des internautes intéressés par la région.

Il faut par conséquent concevoir un « dispositif en ligne » avec une vision à Moyen Terme et définir différentes étapes qui pourront être mises en œuvre progressivement, en fonction des objectifs prioritaires de la région, mais également en fonction des moyens alloués au projet et de la maturité des services pour utiliser ce type d'outils.

Ce besoin découle d'une réflexion autour de l'information disponible sur Internet à propos de la région, que ce soit au niveau qualitatif ou quantitatif. La conclusion est que cette information, quand elle existe, est pauvre, peu structurée, pas assez mise à jour et surtout très peu esthétique.

L'idée est par conséquent de placer l'Agence de l'Oriental au centre d'une dynamique visant à mettre en place un dispositif de contenus en ligne très complets et très accessibles.

Le principal enjeu consiste à proposer une information en ligne qui soit :

- Pertinente
- Claire
- Non redondante

L'objectif étant de promouvoir l'image de la région de l'Oriental pour asseoir sa notoriété et augmenter sa présence sur Internet. A cet effet **trois secteurs stratégiques pour la région sont prédéfinis et obligatoires** dans le cadre de la stratégie globale qui sera mise en œuvre : Le développement, la culture et le tourisme.

Trois objectifs principaux sont ainsi identifiés, et qui correspondent, chacun, à une étape dans la mise en place de ce dispositif en ligne :

#### STADE 1 - INFORMER ET RENSEIGNER

Présenter la région, son potentiel et ses activités, fournir des informations administratives relatives aux services communaux et aux procédures administratives, donner des informations sur l'organisation, le fonctionnement des instances administratives et sociales et la vie politique, économique et sociale de la région, fournir des informations pratiques concernant les services publics et les moyens de contacter les administrations et instances en charge des principales thématiques liées au développement de la région.

Pour répondre à ces objectifs, la solution proposée doit permettre :

- De couvrir l'intégralité des besoins ;
- De déployer de manière progressive les contenus ;
- De gérer des contenus multilingues.

A ce titre, l'Agence de l'Oriental informe les soumissionnaires qu'un site portail de la Région est en cours de développement.

#### STADE 2 - FAVORISER LES ECHANGES ET LE DEVELOPPEMENT LOCAL

Permettre à chaque service de fournir directement ses informations, développer les échanges avec les citoyens et les usagers des services publics, les informer en fonction de leurs centres d'intérêt et associer tous les acteurs de la région.

#### STADE 3 – PROPOSER DES TELE-SERVICES ET DES TELE-PROCEDURES

A cette étape, le dispositif en ligne constituera une sorte de guichet d'accès local pour le citoyen, l'utilisateur des services publics, le professionnel et l'investisseur (le front office). L'idée sera de proposer des services en ligne interactifs qui ont un impact direct sur des facteurs moteurs du développement régional.

Ce dispositif en ligne nécessitera alors une intégration forte avec l'organisation internet de la collectivité et/ou des acteurs en charge de ce dispositif (back office).

Par dispositif en ligne, on entend le développement et la réalisation de « modules », dont les modules relatifs aux secteurs stratégiques, à savoir site Internet, applications ou toutes autres solutions qui seront proposées.

### **ARTICLE 4 : DEROULEMENT DE LA PRESTATION**

Proposer une réflexion stratégique et la solution à mettre en œuvre répondant aux objectifs sus cités.

#### PHASE 1 : PROPOSITION DE LA STRATEGIE GLOBALE

Le projet débutera par la définition de la stratégie que proposera le prestataire en procédant à une analyse permettant de cerner les différents domaines, prestations et services qui devront être couverts par le projet. A l'issue de cette phase le prestataire aura à réaliser la conception globale du ou des sites à proposer. Les éléments suivants seront précisés :

- Elaboration d'un benchmark des sites web et portails traitant la même activité (analyse des aspects fonctionnels et graphiques).
- Proposition d'une stratégie globale et novatrice répondant à l'état des lieux fixé par l'ADO et correspondant aux besoins et spécifications des internautes ciblés et reprenant les secteurs stratégiques fixés pour la région.
- Déclinaison de la stratégie en modules fonctionnels avec précision du calendrier d'exécution dans le cadre du présent marché.

**LIVRABLES ATTENDUS :**

- Document du benchmark.
- Proposition de la vision stratégique globale et sa déclinaison en modules opérationnels.

**PHASE 2 : CONCEPTION DES MODULES**

Après validation de la phase 1, le prestataire devra établir pour chacun des modules précités les éléments suivants :

- Elaboration de l'architecture et des spécifications fonctionnelles des sites web en définissant notamment l'arborescence du contenu.
- Conception des modules applicatifs des différentes applications des sites.
- Réalisation de la maquette graphique des modules proposés.
- Déploiement des différents modules et tests en ligne.
- Hébergement et maintenance technique (sur serveurs haute disponibilité)

**LIVRABLES ATTENDUS (LISTE NON EXHAUSTIVE) :**

- Document d'arborescence et spécifications fonctionnelles
- Document de conception des fonctionnalités.
- Maquettes graphiques validées.

**PHASE 3 : GESTION DE CONTENU**

- Rédaction des contenus.
- Traduction des contenus en langues Arabe, Espagnole et Anglaise.
- Alimentation des sites.
- Gestion des mises à jour.
- Réalisation de reportages photos et vidéos par des professionnels
- Constitution d'une banque de données visuelles de qualité pouvant être utilisée dans la publicité par exemple ou d'autres supports média ou hors média.

**LIVRABLES ATTENDUS (LISTE NON EXHAUSTIVE) :**

- Documents présentant tous les contenus rédigés pour chacun des modules en langue française
- Documents traduits dans les langues proposées
- Documentation pour l'utilisation de l'interface d'administration dynamique des contenus
- CD Rom ou DVD Rom contenant toutes les images, vidéos et/ou autres supports multimédia.

## **ARTICLE 5 : INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES**

### **5.1. ORGANISATION DE L'INFORMATION**

Il convient d'organiser les informations selon les points forts de l'offre du territoire : par clientèle (société civile, investisseurs, jeunes, seniors, etc. ...) et/ou par thématique (développement, emploi, tourisme, ...).

Il s'agira dans ce cas de proposer et de déposer des noms de domaine correspondant. A ce titre, les soumissionnaires sont libres de recommander le dispositif en ligne qu'ils imaginent. Il faudra veiller également à la dénomination des rubriques pour les rendre intelligibles et attractives et tenir compte des modules relatifs aux secteurs stratégiques.

### **5.2. REFERENCEMENT DU DISPOSITIF EN LIGNE**

Afin d'attirer un maximum de visiteurs, le dispositif en ligne devra être optimisé pour les moteurs de recherche. A cet effet, le prestataire devra veiller tout particulièrement à :

- Mettre en place un plan de nommage des pages pertinent, comprenant des mots-clés recherchés par les internautes en relation avec l'activité et le territoire ;
- Nommer, titrer et donner un texte alternatif à chaque photo et éléments graphiques, seuls aspects vus par les moteurs ;
- Optimiser les URL, afin de les rendre lisibles pour l'internaute et les moteurs de recherche (du type : [www.monsite.com/hebergement/hotels.html](http://www.monsite.com/hebergement/hotels.html) ou [www.monsite.com/hebergement/hotels.php](http://www.monsite.com/hebergement/hotels.php)... )
- Assurer le référencement initial du site, en le rendant effectif pour chacune des pages du site, y compris celles issues d'une base de données.

### **5.3. LANGAGES ET TECHNOLOGIES DE DEVELOPPEMENT**

Afin de s'insérer dans le cadre du périmètre technologique du site de l'Agence de l'Oriental, la solution proposée devra répondre aux exigences techniques suivantes :

- Langage de développement : PHP
- Base de données : MySQL
- Serveur d'application : Apache
- Langage de script : JavaScript
- Support de données : fichiers XML
- Gestion des données synchronisées : AJAX
- Affichage rapide des données dynamiques : Caching
- Diffusion des données en temps réel : Flux RSS
- Sécurité des espaces privés : TLS
- CMS 100% Dynamique pour la gestion des contenus, multilingue, accès sécurisée par HTTPS
- Système d'exploitation : Windows, MAC\*
- Navigateurs : Internet Explorer, Mozilla/Firefox\*

### **5.4. OUTILS BACK OFFICE ET GESTION DYNAMIQUE DE CONTENU**

Comme précisé ultérieurement, le prestataire doit fournir des outils de mise à jour conviviaux et ne nécessitant pas de compétences particulières en programmation ou en HTML. Les utilisateurs de l'outil de gestion du contenu ne doivent pas avoir besoin d'installer de logiciels spécifiques supplémentaires.

Le CMS doit être accessible quel que soit le type de système d'exploitation au moyen d'un simple navigateur (accès par log + password). Il doit offrir donc un format de données lisible (HTML et ses dérivés), imprimable et stockable par tous, ce qui facilitera l'échange et l'accessibilité des documents.

Il doit permettre au personnel de l'ADO ou autres de réaliser en toute autonomie la création ou la modification de rubriques de tous niveaux, de pages ou modèles de pages, de formulaires. L'ensemble des pages doit pouvoir être mis à jour.

L'outil doit enfin comprendre l'édition des droits utilisateurs, avec la possibilité pour l'administrateur de valider des contenus réalisés par des rédacteurs avant leur mise en ligne.

L'agence recommande l'utilisation du CMS Open Source Drupal.

#### **ARTICLE 6 : PROFIL DU SOUMISSIONNAIRE**

Pour la réalisation des missions prévues dans le cadre de cet appel d'offres, le prestataire doit mobiliser une équipe composée au moins de :

- Un chef de projet fonctionnel/directeur clientèle ayant un diplôme supérieur en marketing/commerce ou diplôme équivalent (bac+5) dans le domaine des nouvelles technologies/web avec une expérience d'au moins 2 ans dans le secteur Internet.
- Un chef de projet ayant un diplôme d'ingénieur ou un diplôme équivalent (au moins bac+4) dans le domaine de l'informatique et une expérience d'au moins 4ans dans le domaine des projets de création de développement des sites Web.
- Un directeur artistique ayant un diplôme de création graphique ou un diplôme équivalent (au moins bac+4) dans le domaine artistique et/ou une expérience d'au moins 5 ans dans le domaine des projets de création et développement des sites Web.
- Un webdesigner (bac +2) ayant une expérience d'au moins 3 ans dans le domaine des projets des sites web.
- Deux ressources confirmées en ActionScript3 pouvant justifier la réalisation d'au moins 3 projets en flash dynamique (ou ayant suivi une formation en ActionScript3 dans les 12 derniers mois par un organisme ou formateur qualifié et reconnu).
- Deux ressources confirmées en développements PHP pouvant justifier la réalisation d'au moins 3 projets dans cet environnement technologique.
- Une ressource ayant une expérience au moins 3 ans dans le domaine du découpage et de l'intégration XHTML/CSS des sites Web.

L'agence soumissionnaire doit également justifier :

- Au moins 15 réalisations pour le compte d'acteurs de premier plan du secteur privé ou publique (sites institutionnels, sites portails, sites e-Commerce...) réalisés dans les 3 dernières années.
- Au moins une réalisation de site portail régional d'envergure parmi ses références.
- Au moins une réalisation comportant des fonctionnalités web 2.0 (votes, partage sur les réseaux sociaux, etc...).
- Au moins 3 réalisations utilisant les CSS et/ou jQuery.

L'ADO pourra demander au titulaire du présent appel d'offre d'adjoindre à l'étude, le cas échéant, en remplacement ou en complément, des experts particulièrement qualifiés. Le titulaire s'engage à satisfaire ces demandes dans les limites des charges et des coûts prévus au présent appel d'offre. Les experts agréés par l'ADO au début de l'étude ne peuvent être remplacés par de nouveaux experts qu'après accord écrit de l'ADO. Les nouveaux experts devront être d'une qualification égale ou supérieure par rapport aux anciens.

## **ARTICLE 7 : LIVRABLES**

Le prestataire doit fournir un certain nombre de livrables durant les phases de réalisation du projet. Les livrables devront être rédigés en français, et fournis sur support papier et support informatique (CD-ROM, pages HTML...), et également accessibles en ligne.

### **Les principaux livrables du présent marché sont :**

- Rapport détaillé et complet de la stratégie proposée et des besoins fonctionnels qui en découlent
- Rapport sur les spécifications fonctionnelles d'ensemble des modules proposées (description des fonctionnalités et outils utilisés)
- Présentation du planning des réalisations avec un phasage détaillé (retro-planning)
- Architecture fonctionnelle des modules
- Charte graphique des modules
- Version HTML de la charte graphique validée pour chaque module
- Prototypage des spécifications fonctionnelles des modules
- Logiciels, progiciels complémentaires développés ou apportés
- Version Beta des modules (sans contenu) en ligne sur une plateforme de test (avec interface dans les toutes les langues proposées)
- Codes sources
- Manuel d'utilisation
- Documentation des modules et de leur maintenance
- Manuel d'administration et d'exploitation des modules

### **SIGNATURE ET CACHET DU CONCURRENT**

(Suivi de la mention manuscrite)

« Lu et approuvé »

### **AGENCE DE L'ORIENTAL**

Le Directeur Général

Mohamed MBARKI