

Belgium-Brussels: Advertising and marketing services

OJ S 134/2021 14/07/2021

Contract notice**Services****Legal Basis:**

Directive 2014/24/EU

Section I: Contracting authority

I.1. Name and addresses

Official name: Société mutualiste Solimut

National registration number: 0471.458.008_506945

Postal address: Chaussée de Haecht 579, BP 40

Town: Bruxelles

NUTS code: BE100 Arr. de Bruxelles-Capitale/Arr. Brussel-Hoofdstad

Postal code: 1031

Country: Belgium

Contact person: Nathalie Donckers

E-mail: nathalie.donckers@mc.be**Internet address(es):**Main address: <http://mc.be>Address of the buyer profile: <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/preViewNotice.do?noticeId=417236>**I.2. Information about joint procurement**

The contract is awarded by a central purchasing body

I.3. CommunicationThe procurement documents are available for unrestricted and full direct access, free of charge, at: <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/preViewNotice.do?noticeId=417236>

Additional information can be obtained from the abovementioned address

Tenders or requests to participate must be submitted electronically via: https://eten.publicprocurement.be/etendering/viewWorkspacesBasedOnExtUrl.do?wsName=Solimut-2021_063-F02Electronic communication requires the use of tools and devices that are not generally available. Unrestricted and full direct access to these tools and devices is possible, free of charge, at: <https://enot.publicprocurement.be/enot-war/displayForum.do?forumId=37759>**I.4. Type of the contracting authority**

Other type: Société mutualiste

I.5. Main activity

Health

Section II: Object

II.1. Scope of the procurement**II.1.1. Title**

II.1.2. Main CPV code

79340000 Advertising and marketing services

II.1.3. Type of contract

Services

II.1.4. Short description

L'accord-cadre est un marché public de services, qui a pour objet la sélection d'agences de publicité chargées de la communication 360° des mutualités chrétiennes francophones et germanophone.

Ce marché comporte deux lots :

- lot 1: agence en charge de la marque (et sous-marques) et des campagnes 360°;
- lot 2: agence digitale et de conversion.

II.1.5. Estimated total value

Value excluding VAT: 2 800 000,00 EUR

II.1.6. Information about lots

This contract is divided into lots: yes

Tenders may be submitted for all lots

II.2. Description

II.2.1. Title

Lot 1: agence en charge de la marque (et sous-marques) et des campagnes 360°

Lot No: 1

II.2.2. Additional CPV code(s)

79340000 Advertising and marketing services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: BE Belgique / België

Main site or place of performance: Bruxelles.

II.2.4. Description of the procurement

Lot 1: agence en charge de la marque (et sous-marques) et des campagnes 360°.

L'objet de ce lot est de désigner une agence lead pour la Mutualité chrétienne; c'est-à-dire l'agence qui sera le sparring partner au niveau de la stratégie et aidera à la planification et à l'exécution de la communication avec une vue cohérente au niveau 360°. L'agence aura notamment pour mission de:

- participer à la réflexion stratégique en continu et de façon proactive sur l'évolution de la marque Mutualité chrétienne avec analyse concurrentielle et des tendances dans le marché;
- contribuer à une stratégie de communication globale (avec une attention particulière pour intégrer l'approche performance et conversion en collaboration avec l'agence responsable – voir lot 2) pour le déploiement et le plan annuel;
- traduire la stratégie de marque en partant du concept créatif existant;
- être coresponsable de la cohérence et de la consistance de toutes les expressions de communication;
- élaborer l'ensemble des grands concepts de communication ou Assets créatifs et les décliner en campagnes pour les différents produits et services. Ceux-ci seront alors traduits à

leur tour en différents supports de communication. Cela devra se faire en étroite collaboration avec les services internes et éventuelles autres agences avec lesquelles la Mutualité chrétienne collaborera pour l'élaboration et l'exécution de contenu et des différents éléments de campagne.

Par exemple:

- le développement de spot TV, radio ou Out of home;
- le développement de bannières statiques;
- le développement de bannières dynamiques de base;
- le développement de bannières dynamiques avancées (par exemple sur la base d'un feed);
- collaborer étroitement avec l'agence média (off-line média et online – voir lot 2 pour ce dernier) et avec la Mutualité chrétienne concernant la stratégie média off-line et les touchpoint en général.

Concrètement il y a environs trois grandes campagnes multimédia par an ainsi que cinq à six plus petites.

Dans le cadre des différentes missions visées dans ce lot 1, la Mutualité chrétienne pourra éventuellement confier à l'adjudicataire la réalisation d'études de marché, ainsi que de recommandations en matière de marketing et communication.

La Mutualité chrétienne procédera à des commandes au fur et à mesure de ses besoins.

La notification aux soumissionnaires de l'attribution de marché n'engage donc pas la Mutualité chrétienne à lui passer commande pour un montant global minimum. Seule la notification d'une commande confère à l'adjudicataire le droit et l'obligation de prester les services qui y sont indiqués.

II.2.5. Award criteria

Price is not the only award criterion and all criteria are stated only in the procurement documents

II.2.6. Estimated value

Value excluding VAT: 2 000 000,00 EUR

II.2.7. Duration of the contract, framework agreement or dynamic purchasing system

Duration in months: 24

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

Cf. CSC.

II.2.9. Information about the limits on the number of candidates to be invited

Maximum number: 3 Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Cf. CSC.

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: yes

Description of options:

Cf. CSC.

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds:
no

II.2.14. Additional information

Cf. CSC.

II.2. Description

II.2.1. Title

Lot 2: agence digitale et de conversion

Lot No: 2

II.2.2. Additional CPV code(s)

79340000 Advertising and marketing services

II.2.3. Place of performance

NUTS code: BE Belgique / België

Main site or place of performance: Bruxelles.

II.2.4. Description of the procurement

L'objet de ce lot est de désigner une agence responsable des campagnes digitales et de l'approche marketing performance et conversion (média et création intégrés). L'agence aura notamment pour mission de:

- accompagner la stratégie et l'approche de marketing performance et conversion tant pour du plan annuel que pour le déploiement des actions;
- développer des approches de type multi-canal pour améliorer la conversion/l'activation en exploitant les datas; en créant des funnels performants et en travaillant sur le lead nurturing et la qualification de lead;
- décliner les grands concepts créatifs (voir Lot 1) en différents supports de communication pour l'implémentation du SoMe.

Par exemple:

- le développement de matériel visuel et d'illustration (par exemple pour des posts Facebook, Instagram, Youtube...);
- la création de performance based online video's;
- inspirer quant à de nouveaux formats et à de nouvelles possibilités en matière d'Assets Creation et de nouvelles tendances (gaming, réalité virtuelle...);
- améliorer la connaissance digitale au sein de la Mutualité Chrétienne;
- optimiser les médias online et les outils de campagnes en tant que responsable de la stratégie et de l'achat;
- collaborer étroitement avec l'agence média (off-line média) et avec la Mutualité Chrétienne concernant la stratégie média.

Actuellement, l'approche always-on n'est qu'à ses débuts au sein de la Mutualité Chrétienne. Dans un futur proche, notre ambition est de développer nos outils de lead nurturing avec pour objectif de renforcer notre capacité de rétention et de recrutement.

Le candidat/soumissionnaire peut remettre une candidature/soumission pour un seul lot voire tous les lots.

Dans l'hypothèse où un soumissionnaire remet offre pour tous les lots et qu'il est pressenti pour se voir attribuer les deux lots, le pouvoir adjudicateur vérifiera juste avant l'attribution que le soumissionnaire répond bien de façon cumulative à l'ensemble des critères de sélection pour chacun des deux lots. Ce qui emporte pour conséquence notamment, que les chiffres d'affaires renseignés comme des minima pour les lots 1 et 2 devront être additionnés dans le cadre de cette analyse.

La Mutualité chrétienne procédera à des commandes au fur et à mesure de ses besoins.

La notification aux soumissionnaires de l'attribution de marché n'engage donc pas la Mutualité Chrétienne à lui passer commande pour un montant global minimum. Seule la notification

d'une commande confère à l'adjudicataire le droit et l'obligation de prester les services qui y sont indiqués.

Le présent marché ne porte toutefois pas préjudice à la possibilité pour la Mutualité Chrétienne de faire appel à un autre prestataire de services pour des missions ponctuelles, sans exclusivité pour l'adjudicataire du présent marché.

II.2.5. Award criteria

Price is not the only award criterion and all criteria are stated only in the procurement documents

II.2.6. Estimated value

Value excluding VAT: 800 000,00 EUR

II.2.7. Duration of the contract, framework agreement or dynamic purchasing system

Duration in months: 24

This contract is subject to renewal: yes

Description of renewals:

Cf. CSC.

II.2.9. Information about the limits on the number of candidates to be invited

Maximum number: 3 Objective criteria for choosing the limited number of candidates:

Cf. CSC.

II.2.10. Information about variants

Variants will be accepted: no

II.2.11. Information about options

Options: yes

Description of options:

Cf. CSC.

II.2.13. Information about European Union funds

The procurement is related to a project and/or programme financed by European Union funds:
no

II.2.14. Additional information

Cf. CSC.

Section III: Legal, economic, financial and technical information

III.1. Conditions for participation

III.1.2. Economic and financial standing

Selection criteria as stated in the procurement documents

III.1.3. Technical and professional ability

Selection criteria as stated in the procurement documents

III.2. Conditions related to the contract

III.2.2. Contract performance conditions

Cf. CSC.

III.2.3.

Information about staff responsible for the performance of the contract

Obligation to indicate the names and professional qualifications of the staff assigned to performing the contract

Section IV: Procedure

IV.1. Description

IV.1.1. Type of procedure

Competitive procedure with negotiation

IV.1.3. Information about a framework agreement or a dynamic purchasing system

The procurement involves the establishment of a framework agreement

Framework agreement with a single operator

IV.1.4. Information about reduction of the number of solutions or tenders during negotiation or dialogue

Recourse to staged procedure to gradually reduce the number of solutions to be discussed or tenders to be negotiated

IV.1.5. Information about negotiation

The contracting authority reserves the right to award the contract on the basis of the initial tenders without conducting negotiations

IV.1.8. Information about the Government Procurement Agreement (GPA)

The procurement is covered by the Government Procurement Agreement: yes

IV.2. Administrative information

IV.2.2. Time limit for receipt of tenders or requests to participate

Date: 27/08/2021 Local time: 10:15

IV.2.3. Estimated date of dispatch of invitations to tender or to participate to selected candidates

IV.2.4. Languages in which tenders or requests to participate may be submitted

French

IV.2.6. Minimum time frame during which the tenderer must maintain the tender

Duration in months: 4 (from the date stated for receipt of tender)

Section VI: Complementary information

VI.1. Information about recurrence

This is a recurrent procurement: no

VI.2. Information about electronic workflows

Electronic invoicing will be accepted

VI.3. Additional information

Cf. CSC.

VI.4. Procedures for review

VI.4.1.

Review body

Official name: Tribunal de première instance de Bruxelles
Postal address: Place Poelaert 1
Town: Bruxelles
Postal code: 1000
Country: Belgium

VI.4.2. Body responsible for mediation procedures

Official name: Direction Achats ANMC
Postal address: Chaussée de Haecht 579, boîte 40
Town: Bruxelles
Postal code: 1031
Country: Belgium
E-mail: nathalie.donckers@mc.be
Internet address: <http://mc.be>

VI.4.3. Review procedure

Precise information on deadline(s) for review procedures:

Sur la base de l'article 29-1 de la loi du 17.6.2013 relative à la motivation, à l'information et aux voies de recours en matière de marchés publics, vous pouvez, dans un délai de 30 jours à compter du jour suivant la date d'envoi de cette notification, demander au pouvoir adjudicateur de vous fournir les informations complémentaires suivantes.

Conformément aux dispositions de la loi du 17.6.2013 relative à la motivation, à l'information et aux voies de recours en matière de marchés publics et de certains marchés de travaux, de fournitures et de services, vous disposez d'un délai de quinze jours de calendrier à compter de la date d'envoi de la présente lettre pour introduire auprès de l'instance de recours compétente une demande de suspension de l'exécution de la décision d'attribution, à travers une procédure d'extrême urgence, conformément à l'article 24 de la loi susmentionnée.

En même temps, vous êtes prié de nous avertir de l'introduction de ladite réclamation dans le même délai, et ce de préférence par courriel à l'adresse suivante : aankoop@cm.be

Vous pouvez également introduire une demande d'annulation contre cette décision, auprès de l'instance de recours susmentionnée, au moyen d'une lettre recommandée qui doit être envoyée dans un délai de 60 jours de calendrier à compter de la date d'envoi de la présente lettre.

VI.4.4. Service from which information about the review procedure may be obtained

Official name: Direction Achats ANMC
Postal address: Chaussée de Haecht 579, boîte 40
Town: Bruxelles
Postal code: 1031
Country: Belgium
E-mail: nathalie.donckers@mc.be
Internet address: <http://mc.be>

VI.5. Date of dispatch of this notice

09/07/2021