

REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA
Fitiavana – Tanindrazana – Fandrosoana

MINISTERE DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE ET DE LA PECHE

*** * * * ***

**Deuxième Projet de Gouvernance des Pêches et de Croissance Partagée dans le Sud-ouest de
l'Océan Indien (SWIOFish2)**

TERMES DE REFERENCE

Pour le recrutement d'une Agence de communication pour le projet SWIOFish2

Juillet 2020

I. Contexte

Le Gouvernement malagasy, à travers le Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (MAEP), a reçu un financement de la Banque mondiale pour mettre en œuvre le Deuxième Projet de Gouvernance des Pêches et de Croissance Partagée dans le Sud-Ouest de l'Océan Indien (SWIOFish2).

Le projet SWIOFish2 a pour objectif d'améliorer la gouvernance des pêcheries prioritaires, de promouvoir l'adhésion des populations cibles à la gestion des pêcheries prioritaires et de faire la promotion des activités alternatives.

Le projet Swiofish2 est sous la coordination de l'Unité de Gestion de Projet (UGP), entité opérationnelle au sein du MAEP.

Les activités coordonnées par l'UGP se déclinent en quatre (4) composantes : (i) Composante 1. « Renforcement de la collaboration régionale », (ii) Composante 2. « Amélioration de la gouvernance des pêches », (iii) Composante 3. « Appui à l'adhésion des populations cibles à la gestion durable des pêcheurs cibles/Promotions des activités alternatives », et (iv) Composante 4. « Gestion et coordination de projet ».

Ces activités devront être exécutées dans les conditions optimales d'efficacité avec une accélération du rythme de mise en œuvre pour une atteinte d'objectif le plus rapidement possible.

Par rapport au Projet SWIOFish2, la communication est une activité transversale tenant à la fois compte des impératifs du projet, des axes d'intervention définis pour l'atteinte des objectifs prédéfinis et, surtout, de l'environnement sociopolitique et culturel des cibles visées. À cet égard, la communication se doit de porter sur différents volets complémentaires du projet dans une approche toutefois globalisante.

Dans ce contexte donc, la communication constitue un enjeu important dans le Projet Swiofish2. Pour mettre en œuvre le plan de communication, bâtir et entretenir la notoriété du projet, et communiquer sur les résultats obtenus par le Projet, l'UGP a besoin de l'appui technique d'une agence de communication. Les présents termes de référence visent à servir de base à la sélection d'une agence de communication pour mettre en œuvre une stratégie globale de communication du projet.

1. Mission

Instrument d'appui à la réalisation de la communication, l'Agence de communication aura pour mission principale d'appuyer la mise en œuvre du Plan de Communication du Projet SWIOFish2 à court terme et la mise en œuvre de la stratégie de communication sur le long terme.

2. Objectifs de la mission

Dans la réalisation de sa mission, l'agence de communication aura à atteindre différents objectifs.

2.1. Objectif global

L'Agence de communication sera un instrument d'appui à la réalisation de la communication, les apports de l'Agence de communication permettront d'atteindre les objectifs de la stratégie de communication du Projet SWIOFISH2.

2.2. Objectifs spécifiques

- Concevoir et proposer le script pour les supports audiovisuels du Projet (spots vidéos et audios)
- Produire les supports audiovisuels après validation des responsables du Projet (en malagasy officielle et en dialecte local des zones d'intervention du projet)(
- Prendre des photos pour le Projet qui vont servir à illustrer les différents supports visuels de communication du Projet et constituer une base de photos du Projet
- Concevoir et proposer le design des différents supports visuels de communication spécifiques nécessaires en langue Malagasy (officielle et en dialecte local des zones d'intervention du projet) et française.
- Concevoir le design graphique des rapports d'études, des rapports trimestriel/annuel.

3. Résultats attendus de la mission :

- Les scripts des supports audiovisuels (spots vidéo et audios) sont élaborés, soumis pour validation et finalisés
- Les supports audiovisuels (spots vidéo et audios) sont produits et prêts à être diffusés
- Une base de photos du projet est constituée
- Les supports visuels de communication spécifiques prévus dans le Plan de communication en langue malagasy officielle et en dialecte local des zones d'intervention du projet et français sont réalisés.
- Les différents rapports seront réalisés pour publication.

4. Attributions

Compte tenu des résultats attendus, l'Agence de communication sera en étroite collaboration avec l'UGP SWIOFish2. L'Agence de communication devra entreprendre les tâches suivantes :

-Assurer la conception et la production des supports de communication audio, audiovisuel (films institutionnels ; films documentaires, publipreportage, spots annonces.....)

Pour le spot annonce audio et audio- visuels :

- 1- En collaboration avec l'équipe du projet, identifier/affiner les messages clés à transmettre et adaptés aux cibles
- 2- Concevoir, soumettre à validation et finaliser le script détaillé pour les spots vidéo et audio de sensibilisation y compris les images/vidéos à utiliser et les messages
- 3- Faire le pré-test des messages de sensibilisation ;
- 4- Revoir le calendrier de diffusion des spots de sensibilisation au niveau des radios communautaires.

Pour les films institutionnels/publipreportages et films documentaires :

- 1- En collaboration avec l'équipe du projet, identifier/affiner les messages clés à transmettre et adaptés aux cibles
- 2- Concevoir le script détaillé des vidéos ;
- 3- Réaliser le tournage

4- Assurer la prise de son et les voix off pour le film documentaire en version française et en version Malagasy.

- Constituer la base de données en photo du projet
- Assurer le design graphique des divers rapports
- Assurer la conception visuelle des supports d'information, de sensibilisation et de communication : bulletin trimestriel, brochures d'information, dépliants, affiches,.....

II. Livrables

- Spot annonce audio et audio-visuel de 30 à 60 secondes en malagasy officiel et en dialecte local des zones d'intervention du projet.
- Publi-reportage de 3mn en malagasy officiel, (au besoin en dialecte local des zones d'intervention du projet) et en français
- Film documentaire de 13 mn en malagasy officiel (au besoin en dialecte local des zones d'intervention du projet) et en français
- Film institutionnel de 26 mn en malagasy officiel et en français
- Base de données de photo
- Fichiers numériques : conception visuelle des supports d'information, de sensibilisation et de communication ; des différents rapports.

III. Qualification et profil de l'agence de communication

L'agence de communication doit:

- avoir une expérience documentée dans la conception de messages publicitaires audio et audio-visuels, pièces radiophoniques, affiches et dépliants ;
- disposer des ressources humaines qualifiées pour ces prestations ;
- avoir les équipements techniques appropriés pour ce genre de travail ;

IV. Durée de la mission

La durée de prestation est de 12 mois renouvelable à partir de la date de signature du contrat.

V. Documents à inclure dans la soumission de la proposition

Les agences intéressées doivent présenter un dossier de candidature comprenant les éléments suivants:

1- Un dossier administratif comprenant :

- NIF, Carte statistique, RCS
- Un portfolio démontrant l'extrait des expériences de l'agence en matière de conception de supports de communication

2- Une proposition technique :

Une note méthodologique décrivant la démarche qui sera suivie pour répondre aux TdRs.

Un DVD démontrant l'extrait des expériences de l'agence en matière de réalisation de supports audio-visuels (spot, film, publi-reportage....)

3- Une Proposition Financière :

L'offre financière sera libellée en Ariary et prendra en compte la TMP (Taxe sur les Marchés Publics).
Un fichier Excel est envoyé avec ce TDRs, l'agence de communication remplira le modèle.