

**Termes de référence**

**Développement d’une stratégie et réalisation des missions de communication pour le projet IDMEJ**

**GENERALITES**

|  |  |
| --- | --- |
| **PROJET** | IDMEJ |
| **1. Nom du coordinateur du contrat de subvention** | Handicap International – Humanité & Inclusion Mission Tunisie |
| **2. Intitulé de l’action** | Tunisia Supporting the Inclusion of Vulnerable Communities IDMEJ |
| **3. Date de début et date de fin de la période de référence** | Mai septembre 2022 – septembre 2024 |
| **4. Pays ou région(s) cible(s):** | Programme Maghreb, Mission Tunisie |
| **5. Responsable de la mission** | Mehrez AFCHAR : Manager des Opérations HI |

**CONTEXTE DE REALISATION DE LA MISSION**

1. **Handicap International / Humanité et Inclusion**

Humanité et Inclusion (HI) est le nouveau nom de Handicap International. C’est une organisation de solidarité internationale indépendante et impartiale, qui intervient dans les situations de pauvreté et d’exclusion, de conflits et de catastrophes, œuvrant notamment aux côtés des personnes handicapées pour améliorer leurs conditions de vie et promouvoir le respect de leur dignité et de leurs droits fondamentaux

Interventions de Humanité et Inclusion au Maghreb

HI est présente dans la Région du Maghreb depuis 1993. A travers une dynamique régionale, HI vise à répondre aux défis de développement de sa population cible dans chaque pays d’intervention mais aussi à renforcer les échanges d’expériences et les synergies entre les acteurs des différents pays, qu’il s’agisse des organisations de la société civile, des structures professionnelles, des acteurs publics et parapublics.

Présentation de la mission HI Tunisie

Historique de l’intervention d’Humanité et Inclusion en Tunisie

* HI intervient en Tunisie depuis 1992, ponctuellement dans un premier temps, puis en permanence depuis 1997, dans le cadre d'un accord de coopération signé avec le ministère des Affaires sociales.
* En 2006, HI a officiellement été autorisé à s'installer en Tunisie et à ouvrir un bureau de représentation.

Projets en Tunisie

En Tunisie, les actions de l’association ont comme objectif de renforcer la couverture des besoins de protection, de santé et réadaptation et d’inclusion sociale pour un public vulnérable élargi (Personnes en situation de handicap, Femmes victimes de violences, et Migrants),

L’association mène actuellement en Tunisie quatre projets de développement à savoir :

* **Projet « Pépinière Urbaine »** : Mené dans le cadre du programme PROVILLE en partenariat avec le laboratoire de l’économie sociale et solidaire – Lab’ess et le bureau d’étude Kandeel. Le projet est financé par l’Agence Française de Développement – AFD. Le projet vise à faire émerger dans les quartiers ciblés par les programmes de réhabilitation des quartiers précaires en Tunisie des projets complémentaires, en amont ou en aval des interventions, via des initiatives et micro-projets portés par les habitants. Le projet se déroule actuellement sur le Grand Tunis et le gouvernorat de Gabes.
* **Projet « Autisme »** : Pour une meilleure prise en charge et inclusion des enfants autistes en Tunisie. Ce projet est mené en partenariat avec le ministère des Affaires Sociales, le projet vise l’inclusion sociale et l’amélioration de la qualité de prise en charge enfants ayant des troubles de spectre autistique (TSA). Le projet est financé par la Direction de la Coopération Internationale de Monaco.
* **Projet « Emploi et Handicap »** : Ce projet régional exécuté dans 4 pays (Sénégal Benin, Maroc, Tunisie) fait suite à 3 années de travail sur la problématique d’accès à l’emploi décent pour les personnes handicapées. Les services de l’emploi ont adapté leurs pratiques pour mieux les accompagner, mais l’enjeu sera de pérenniser et mettre à l’échelle ces pratiques en incitant un portage multi-acteurs. HI accompagnera, en collaboration avec ses partenaires nationaux, les personnes handicapées pour accéder à un emploi grâce à un accompagnement technique. Un fort plaidoyer permettra de rendre le dispositif public existant d'accès à l’emploi plus ouvert aux personnes handicapées. Le projet est financé par l’Agence Française de Développement.
* **Projet « IDMEJ »** : L'objectif de IDMEJ est de permettre aux femmes victimes de violence ainsi qu’aux personnes en situation de handicap en Tunisie d’accéder à leurs droits, à travers un engagement multi-acteurs favorisant un changement d'attitude et de comportement d’une part, et la promotion de réformes sociales et institutionnelles permettant un meilleur accès aux services au profit de ces deux catégories de population d’autre part. Le projet est mis en œuvre par Handicap International (HI) Tunisie et l’association Tunisian Association For Management And Social Stability (TAMSS). Le projet IDMEJ est financé par le Département d’Etat américain, le Bureau des Affaires du Proche-Orient et l’Ambassade des Etats-Unis en Tunisie.

1. **CONTEXTE DE LA MISSION :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Objectif Général** | Autonomiser les survivants de la violence basée sur le genre et les personnes handicapées en Tunisie, en créant une sensibilisation et un engagement multipartite pour un changement d’attitudes et la promotion de réformes sociales et institutionnelles favorables accordant un meilleur accès aux services |
| **Objectifs Spécifiques** | * Garantir l’accès aux droits et renforcer les mécanismes de soutien pour améliorer le parcours des victimes de la violence à l’égard des femmes * Améliorer l’accès des personnes handicapées aux systèmes de protection sociale grâce au déploiement de système d’identification, d’enregistrement et de suivi efficaces et inclusifs, conformes aux normes internationales * La promotion d’un environnement et d’un cadre juridique protecteurs et inclusifs pour les victimes de violence et les personnes handicapées par la prévention de la violence sexiste, la déstigmatisation et les efforts de plaidoyer |
| **Résultats escomptés** | * Autonomiser les femmes victimes de violence et les personnes handicapées * Assurer l’inclusion socio-économique des personnes handicapées et la prévention et la réponse à la violence sexiste * Une coordination efficace entre le gouvernement tunisien et les institutions de la société civile * Mieux identifier et comprendre les besoins spécifiques des personnes handicapées et des survivants de violence sexiste * Réduire la stigmatisation |
| **Public cible** | * Les personnes victimes de violence basée sur le genre * Les personnes en situation de handicap * Les prestataires de services, acteurs du handicap et la violence basée sur le genre * Les centres de prise en charge des personnes victimes de violence basée sur le genre * Les prestataires de services des institutions/organisations du secteur privé/public (acteurs du handicap et de la violence basée sur le genre) * Les personnes touchées par les initiatives de sensibilisation et d’information sur les thématiques de l’inclusion et la violence basée sur le genre * Les professionnels du secteur public ou privé * Les décideurs à l’échelle national et régional |

1. **OBJECTIFS ET RESULATS ATTENDUS DE LA MISSION :**
2. **Cadre de la mission**

|  |  |
| --- | --- |
| Objectif de la mission | Développer une stratégie de communication pour le projet IDMEJ à travers la conception des outils et supports de communication adaptés aux spécificités du projet, à ces bénéficiaires et aux différentes étapes du cycle de projet notamment :   1. La phase de lancement 2. La phase de mise en œuvre des activités 3. La phase de clôture |
| Résultats attendus [[1]](#footnote-1) | * Une stratégie et un plan d’action de communication sont développés pour le projet IDMEJ et adaptés aux spécificités du projet et à ces bénéficiaires * Une charte de communication pour le projet IDMEJ développé et validé par l’équipe projet (LOGO / charte de visibilité adaptée selon les supports de communication utilisés) est mise à la disposition de l’équipe * Une communication digitale adaptée sur le projet développé, validé par l’équipe projet (réseaux sociaux) en assurant l’accompagnement et le suivi nécessaire toute au long de période de mise en œuvre du projet * La couverture médiatique des événements publics de IDMEJ est assurée (mobilisation des médiats, développement et diffusion des communiquer de presse en 3 langues et rapport de communication de chaque événement) * L’équipe projet est assisté à la demande sur la durée de mise en œuvre sur la visibilité et la communication de ces activités ; * La présence de la traduction langue des signes est assurée dans les évènements publics ainsi que les supports vidéo |
| Livrables de la mission | * Stratégie de communication * Planification des actions de communication en lien avec les différentes phases du projet * Kit de visibilité adapté aux différents supports * Base de données des contacts chargées de communication (différents types de média) * Conception des spots vidéo et audio de communication sur le projet / sensibilisation et / ou de plaidoyer) avec sous titrage et traduction langue des signes * Création des supports digitaux sur les réseaux sociaux pour faciliter la communication sur le projet |

1. **Méthodologie et Calendrier indicatif**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **LIVRABLE** | **DELAIS** | **NOMBRE** | **FREQUENCE** |
| 1. **STARTEGIE DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE GLOBALE DU PROJET** |  | 1 | 1 |
| * Elaboration d’une Stratégie de communication et plan d’action pour le projet IDMEJ qui sera mis à jour annuellement * Mise à jour de la charte graphique du projet | Premier mois | 1 | Annuelle (révision) |
| Conception des guides pour les services régionaux pour les 24 gouvernorats [[2]](#footnote-2)(chaque guide contient 30 pages) | 3eme année | 1. Guides   (Guide de 30pages) | 1 |
| 1. **STRATEGIE DE RELATIONS PUBLIQUE** |  |  |  |
| - Dossier de presse [[3]](#footnote-3)sur l’avancement du projet rédaction du communiqué en trois langues en se basant sur des chiffres clés de l'avancement du projet  - Rapport : retombées médias et synthèses | **A partir du semestre 2 du projet** | 5 | Semestrielle |
| - Interviews one-to-one [[4]](#footnote-4)dans une radio : coordination des interviews et mise en cohérence | **à partir du deuxième semestre du projet** | **5** | Selon le besoin |
| - Diffusion des spots Radio au niveau régional et national (Evènements publics organisés dans le cadre du projet)  Diffusion 2 spots de 90s sur 6 semaines réparties en deux périodes : 1 spot la première année/ 1 spot la troisième année :   * La rédaction du script pour les 2 spots * L’enregistrement de la voix + studio pour les 2 spots * Diffusion des deux spots | **À partir du deuxième semestre du projet** | 2 | Selon les activités |
| - Rapport mensuel : retombées médias et synthèses |  | 5 | Mensuel |
| 1. **STRATEGIE DIGITALE** |  |  |  |
| Campagne digitale de sensibilisation sur les réseaux sociaux :   * Création des comptes projet sur les réseaux sociaux ( FB/Instagram/ twitter…) * Diffusion [[5]](#footnote-5)du contenu sur les réseaux sociaux de HI (Total 70 posts : 50 visuels, 20 vidéos sur la durée du contrat) * Animation des comptes sociaux de HI * Appui et conseil sur le contenu partagé par la société civile * Préparation de timeline selon demande de l’équipe HI * Sponsoring sur les réseaux sociaux de HI (Objectifs : 100000 personnes touchées en Tunisie) * Rapport mensuel sur les performances des réseaux sociaux de HI | A partir du deuxième semestre de projet | 14 semaines de diffusion (Forfait) | Selon le besoin |
| 1. **VIDEO DE SENSIBILISATION** |  |  |  |
| Conception, développement et diffusion de spot vidéo de sensibilisation   * Préparation du synopsis * Tournage du spot * Tournage de la langue des signes * Montage * Préparation du sous titrage | 2ème du projet | 2 spots (de 2min-3min) | Annuelle |

1. **DOSSIER DE CANDIDATURE & EVALUATION**
2. Compétences et qualifications requises du consultant

* Bonne connaissance des thématiques handicap et violence basée sur le genre (VBG)dans le contexte tunisien
* Expérience dans la communication en lien avec les projets de développement, et particulièrement les deux thématiques du projet (Handicap et VBG) pour l’obtention de financements institutionnels internationaux (des exemples de projet qui ont été appuyer ou accompagner)
* Expérience d’appui à la communication sur des projets lancé par l’US Département of State est un atout (fournir les documents si possible)
* Capable de produire de documents de qualité sous pression et dans des délais courts
* Très bonnes capacités rédactionnelles en Arabe, en Anglais et en Français
* Très bonne capacité de communication en Arabe, en Anglais et en Français

Les documents relatifs à l’appel d’offres et toute correspondance échangée entre le soumissionnaire et Handicap International doivent être **écrits en français**.

1. Pièces à fournir
   * L’original du présent cahier des charges dûment paraphé et signé
   * Extrait du Registre de commerce
   * Copie de l’identité fiscale
   * Attestation de situation fiscale
   * Références (les trois dernières années
   * Echantillons de spot radio, kits, pages Facebook, …
   * Fiche de présentation du prestataire (Annexe 1)
   * Acte de soumission (Annexe 2)
   * Tableau détaillé des prix (Annexe 3)
2. Dépôt des candidatures

Le dossier de candidature doit être envoyé par mail à l’adresse suivante [appel-offres@tunisie.hi.org](mailto:appel-offres@tunisie.hi.org)

**au plus tard le (08/09/2022) à 18h.** Objet de l’émail **« Appui à la communication pour le projet IDMEJ »**

Handicap International est engagée pour la protection des droits et s’oppose à toutes les formes d’exploitation, d’abus ou de corruption. Le(s) consultant(s) sélectionné(s) s’engage(nt) à signer et respecter les politiques de protection de Handicap International.

1. **CRITERES D’EVALUATION :**

|  |  |
| --- | --- |
| Critères d’évaluation | Points |
| Méthodologie d’intervention :   * Maitrise & compréhension des TdRs (10points) * Adéquation de la note méthodologique avec les objectifs de la mission. (10 points) | 20 |
| Profil de l’agence :   * Pertinence du parcours et de l’expérience professionnelle de l’équipe proposée (10 points) * Expertise en matière de campagne digital et de développement des vidéos de sensibilisation ; (10 points) * Connaissance des deux thématiques handicap et violence basée sur le genre ; (5 points) | 25 |
| Offre financière | 30 |
| Total | **75** |

**La date limite de réceptions des offres est : 08/09/2022**

**NB : *Tout document remis (proposition technique et financière, CV) devra être signé, paraphé, daté et cacheté par le prestataire.***

**Annexe 1 / Fiche de présentation d’Agence**

**CONSULTATIONPOUR LA SELECTION**

**D’UNE AGENCE DE COMMUNICATION ET DE RELATIONS PRESSE**

Fiche de présentation d’Agence

* + - 1. **L’AGENCE**

Dénomination de l’Agence : ......................................................................................................................

Forme juridique : ......................................................................................................................

Représentant légal : .......................................................................................................................

Qualité : ........................................................................................................................

Siège social : ........................................................................................................................

Registre de Commerce : .........................................................................................................................

Date de création : ..........................................................................................................................

Effectifs permanents déclarés : .........................................................................................................................

* + - 1. **L’EXPERIENCE**

**Communication**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Année** | **Client** | **Action ponctuelle** | **Contrat / Durée** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

# Relations Presse

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Année** | **Client** | **Action ponctuelle** | **Contrat /**  **Durée** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**L’équipe proposée pour HI projet « IDMEJ »**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Nom & Prénom | Fonction | Affectation pour HI | | Diplômes | Date | Ancienneté au sein de l'Agence |
| Plein temps | Temps partiel  (durée) |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

**Annexe 2 / Acte de Soumission**

**ACTE DE SOUMISSION**

Je soussigné….....................................................................……………………….....................................

(Nom, prénom,)

Et agissant en qualité de......................................................................………………….....………………………………………

de la Société ................................. dont le siège social est à……...........................................……………………

Inscrite au Registre du Commerce de ................................................................le..........…………………………

Sous le numéro..................................................................................……………………………………………….

Après avoir pris connaissance, de toutes les pièces figurantes ou mentionnées au dossier de la consultation n° /2022, lancée par HI pour la sélection d’une agence de communication et de

Relations presse,

1. Je me soumets et m’engage à exécuter les prestations objet de cette mission, conformément aux règles de l’art et au dossier de consultation moyennant les coûts détaillés dans le bordereau des prix et établi comme suit :

Montant total hors taxes en dinars, en chiffre et lettres :

.......................................................…………………………........................................…………………………

.......................................................…………………………........................................…………………………

.......................................................…………………………........................................…………………….

Montant total toutes taxes comprises en dinars, en chiffre et lettres :

.......................................................…………………………........................................…………………………

.......................................................…………………………........................................…………………………

.......................................................…………………………........................................…………………….

1. Je m’engage, si ma soumission est acceptée, à exécuter le contrat dès son entrée en vigueur et à achever la mission dans le délai fixé par ledit contrat.
2. J'accepte de rester lié par ma soumission pendant un délai de soixante (60) jours calendaires à compter de la date fixée pour la réception des propositions.

Fait à ......................., le...........................

Lu et accepté par le soumissionnaire

**Annexe 3/ Bordereau des prix**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **LIVRABLE** | **DELAIS** | **NOMBRE** | **Prix HT** |
| 1. **STARTEGIE DE COMMUNICATION ET DE VISIBILITE GLOBALE DU PROJET** |  | 1 |  |
| * Elaboration d’une Stratégie de communication et plan d’action pour le projet IDMEJ qui sera mis à jour annuellement * Mise à jour de la charte graphique du projet | Premier mois | 1 |  |
| Conception des guides pour les services régionaux pour les 24 gouvernorats (chaque guide contient 30 pages) | 3eme année | 24 Guides  (Guide de 30pages) |  |
| 1. **STRATEGIE DE RELATIONS PUBLIQUE** |  |  |  |
| - Dossier de presse sur l’avancement du projet rédaction en trois langues en se basant sur des chiffres clés de l'avancement du projet | **A partir du semestre 2 du projet** | 5 |  |
| - Communiqué de presse en 3 langues rédaction et diffusion dans les médias  - Rapport : retombées médias et synthèses | **A partir du semestre 2 du projet** | 5 |  |
| - Interviews one-to-one dans une radio : coordination des interviews et mise en cohérence | **2 fois par an à partir du deuxième semestre du projet** | 5 |  |
| - Diffusion des spots Radio au niveau Régional et national (Evènements publics organisés dans le cadre du projet)  Diffusion 2 spots de 90s sur 6 semaines réparties en deux périodes : 1 spot la première année/ 1 spot la troisième année :   * La rédaction du script pour les 2 spots * L’enregistrement de la voix + studio pour les 2 spots * Diffusion des deux spots | **À partir du deuxième semestre du projet** | 2 |  |
| 1. **STRATEGIE DIGITALE** |  |  |  |
| Campagne digitale de sensibilisation sur les réseaux sociaux :   * Création et diffusion du contenu sur les réseaux sociaux de HI (Total 70 posts : 50 visuels, 20 vidéos sur la durée du contrat) * Animation des comptes sociaux de HI * Appui et conseil sur le contenu partagé par la société civile * Préparation de timeline selon demande de l’équipe HI * Sponsoring sur les réseaux sociaux de HI (Objectifs : 100000 personnes touchées en Tunisie) * Rapport mensuel sur les performances des réseaux sociaux de HI | A partir du deuxième semestre de projet | 14 semaines de diffusion (Forfait) |  |
| 1. **VIDEO DE SENSIBILISATION** |  |  |  |
| Conception, développement et diffusion de spot vidéo de sensibilisation   * Préparation du synopsis * Tournage du spot * Tournage de la langue des signes * Montage * Préparation du sous titrage | 2ème du projet | 2 spots (de 2min-3min) |  |

Fait à .......................,

Le ...........................

Signature et Cachet du Soumissionnaire

1. Le prestataire de communication retenue dans le cadre de cet appel s’engage à respecter les règles et exigences du bailleur de fond en matière de communication. [↑](#footnote-ref-1)
2. Conception d’un même modèle de guide pour les 24 gouvernorats (le contenue spécifique à chaque gouvernorat) [↑](#footnote-ref-2)
3. En lien avec les évènements clés du projet (séminaires nationales / journées internationales (handicap/ Femmes)) [↑](#footnote-ref-3)
4. Le prestataire facilitera/ organisera les interviews des membres de l’équipe projet et des partenaires avec les médias [↑](#footnote-ref-4)
5. La conception des posts ( contenu) sera à la charge de l’équipe projet et des partenaires [↑](#footnote-ref-5)