

Equipe communication Couverture médiatique

Contexte de la mission et justificatif du besoin :

Feelmedina est une initiative soutenue par le projet « Promotion du Tourisme durable » qui est une action conjointe de l'Union européenne dans le cadre du programme « Tounes Wijhetouna », et du Ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement (BMZ); mis en œuvre par la GIZ Tunisie en partenariat avec le Ministère du tourisme

Après le succès rencontré par la première édition de FEELMEDINA, une 2^{ème} édition « FEELMEDINA II » est programmée avec l'intégration d'autres acteurs à la Médina pour poursuivre le projet de redynamisation de l'activité touristique dans la Médina de Tunis le soir et les Week-Ends...

Feelmedina II comptera au total 22 partenaires dont 11 membres du GIE Mdinti et proposant des activités variées (détails partenaires et activités proposées seront fournis ultérieurement par GIE Mdinti).

A cet effet, le GIE M'Dinti souhaite recruter un prestataire pour assurer la communication autour de toutes les activités de FEELMEDINA II et augmenter ainsi la visibilité et la notoriété des événements proposées afin d'augmenter le nombre de visiteurs de la Médina.

- A. **Lieu de mise en œuvre** : Tunisie-Médina de Tunis
- B. **Date souhaitée de démarrage/fin** : 12 mois à partir du lancement de Feelmedina 2 prévu en 1/01/2023
- C. **Services demandés, efforts estimés et tâches** : Le nombre d'hommes/jours estimé à environ **320 H/J au total pour toute l'équipe**

Objectif de la mission

Prendre en charge le volet communication pour tous les événements organisés dans le cadre du projet Feelmedina II afin :

- D'avoir une communication unique pour tous les partenaires/événements, impactante et suivant la même logique...
- D'augmenter la visibilité des événements Feelmedina II et d'attirer plus de visiteurs à la Médina.

La communication élaborée par le prestataire devra s'aligner aux règles de communications de la GIZ .

Taches à exécuter :

Création de contenu

Création de contenu sur les réseaux sociaux : Posts Facebook et Instagram :

- Fréquence : avant, pendant et après chaque événement (à convenir avec l'équipe GIZ/GIE) dès le début de la mission
- Format et contenu : Les mêmes postés par tous les acteurs

Visuels graphiques, texte en 2 langues minimum (Français et Arabe/dialecte tunisien- L'anglais souhaitable si possible) sur les événements Feelmedina II

Community management

Diffusion du contenu élaboré sur les réseaux sociaux sur la page Mdinti

Animation de la communauté sur les réseaux sociaux (Instagram – Facebook)

- **Sponsoring** des publications Feelmedina pour augmenter leur visibilité et atteindre une cible de visiteurs plus large
- **Analyse et reporting** des publications (nombre de visiteurs, profils des visiteurs, et statistiques de manière globale etc.) pour étudier l'impact des actions marketing (impact sponsoring par exemple.)

Quantité de publications : entre 12 et 24 publications / mois

Vidéos et stories sur Facebook / Instagram

Il faut que le community manager soit présent pendant tous les événements.

Création de vidéos informatives et promotionnelles

- Élaboration un concept créatif pour les vidéos (contenu à déterminer avec le prestataire)
- Préparation du script des vidéos.
- Tournage et montage (Ajout de bande sonore et incrustation de texte)
- Nombre totale de vidéos à produire : à déterminer au démarrage du projet - Minimum 12 vidéos -A raison d'une vidéo récap par mois)
- Caractéristiques des vidéos :
 - Durée : 2 à 3 minutes
 - Format : Reportage

La vidéo montre :

Récapitulatif des moments phares des événements de chaque mois : exemples : témoignages de participants, participants sont en train d'expérimenter, les moments clés (l'hôte en train de faire la démonstration, les gens en train de tester...) en mettant l'accent sur l'émotion.

La vidéo doit :

Mentionner les acteurs (organismes qui ont organisé ou mis en œuvre l'expérience touristique Feelmedina) + mentions légales du projet « Promotion du Tourisme Durable ».

Indiquer l'emplacement géographique (pictogrammes, texte animé)

Expliquer les procédures de réservation et donner les liens des pages et sites de réservation.

La partie audio

Une musique recherchée selon la thématique doit accompagner le son, surtout dans les parties où il n'y a pas de voix off.

Résultats attendus

- Création d'une équipe dédiée qui prendra en charge le volet communication pour Feelmedina 2
- Elaboration d'un calendrier d'exécution détaillé du plan de communication
- Présentation d'une trame cohérente des différents sujets présentés.

- Prise en compte des attentes et des propositions et en fait une analyse (il donne des éléments de compréhension).
- Préparation d'une proposition de travail les interview, choix des articles, des rédacteurs, des personnes à interviewer. L'équipe de communication amende et valide les propositions avec la coordinatrice.
- Prendre en charge la gestion des relations avec les fournisseurs de services lié à la communication (imprimeurs, photographes.)
- Rédaction d'articles sur les résultats et les activités du projet qui seront publiés par l'équipe du projet sur le site web de Mdinti ainsi que sur les réseaux sociaux.
- Assurer le suivi et la mise en œuvre des actions validées par les responsables de l'activité.
- Identification des outils et moyens de communications nécessaires.
- Appuyer l'équipe projet dans le suivi de production et de livraison des supports de communication selon les besoins.
- Piloter l'ensemble des actions relatives aux réseaux sociaux (stratégie social média en lien avec contenus et supports de communication).
- 12 vidéos format reportages : une vidéo par mois récapitulant tous les événements organisés par les partenaires Feelmedina II (GIE/GIZ valide la première vidéo avant de répliquer sur la suite des vidéos)
- Publications Fb et Instagram (4 fois par semaine minimum)
- Sponsoring des vidéos et des posts Feelmedina II diffusées sur les réseaux sociaux pour cibler un nombre plus grand de visiteurs
- Le programme en format carte postal tous les mois (12 cartes postale) qui seront épinglé sur la page FB M'Dinti pour assurer la visibilité des événements aux gens.
- Création d'une carte itinéraire avec les endroits phare de la Medina où se passe les activités et les coordonnées de partenaires.
- Conception et impression des supports de communication comme les affiches FEELMEDINA.

SUIVI DE LA MISSION

- Des réunions de suivi seront programmées entre le prestataire et l'équipe GIE selon le besoin
 - Chaque livrable produit (vidéos/publication...) doit tenir compte de la charte graphique/mentions légales de la GIZ (convenu et communiqués lors de la réunion de démarrage) ;
 - Le prestataire assure et garantie les droits d'auteurs de la bande son (musique) des vidéos ;
 - Le prestataire s'engage à être disponible et à mobiliser une équipe dédiée pour couvrir les événements prévus de Feelmedina II. Si l'un des membres de l'équipe ne peut pas être disponible, il doit être remplacé par un autre expert qui a les mêmes compétences.
 - Le prestataire apporte les modifications nécessaires selon les commentaires et proposition d'ajustements du GIE conformément aux objectifs de la Mission.
 - Prévoir le Droit à l'image (consentement des participants – fiche de consentement à signer pas les participants et ne faire paraître aucun visage d'enfants)
- Le prestataire s'engage à fournir tous les supports de communication produits au GIE/GIZ (vidéos, photos..) et atteste que **le contenu produit dans le cadre de feelmedina 2 est également la propriété de la GIZ** qui peut l'exploiter pour la communication du projet " Promotion du Tourisme Durable" et/ou celle des partenaires et le diffuser sur les canaux adéquats

Expertise et profil demandés

Qualification & Expérience requises :

L'exécution de la mission sera confiée à un prestataire avec un pool d'expert¹ pour assurer le volet communication ayant :

- Chef de projet
- Photographe / Cadreur/ monteur-
- Community Manager
- Rédacteur

- Une expérience significative dans le domaine de la communication
- Une connaissance de la Médina de Tunis, de ses sites et lieux touristiques à valoriser ; ainsi qu'une connaissance des partenaires/acteurs du tourisme à la Médina de Tunis est fortement souhaité ;
- Une expérience dans la mise en œuvre, le suivi et/ou l'évaluation de projets de coopération internationale appuyés par les partenaires techniques et financiers (bailleurs de fonds ou des organes institutionnels) est fortement souhaité

Autres compétences :

- Flexibilité et disponibilité de se rendre sur place pour assurer la couverture médiatique des événements Feelmedina II ;
- Flexibilité à travailler avec les différents partenaires de Feelmedina II ;
- Disponibilité pour accompagner l'équipe du projet et les partenaires dans les étapes nécessaires pour le bon déroulement et la réussite des événements planifiés et du projet en général

Le prestataire devra envoyer au GIE Mdinti :

- **Une offre technique** exemple (stratégie/ méthodologie avec laquelle le prestataire entend fournir les services dont il est responsable) **Max 5 page**
- **Une offre financière**

¹ Exemple de profils à mobiliser selon le besoin : Chef de projet, Graphiste, Rédacteur, expert en communication , Community manager , Photographe/ Vidéographe/ Monteur (pour la création des vidéos)...