



PRESTATION DE SERVICE

sélection d'un(e) consultant(e) en communication

- PROJET « Tà'ZIZ »

termes de références

Par le Lab'ess - Laboratoire de l'économie sociale et solidaire – www.labess.tn
Membre du réseau international [GROUPE SOS Pulse](#)

AOUT 2026

I. CONTEXTE

Le Lab'ess, le laboratoire de l'économie sociale et solidaire

Le Lab'ess est une association tunisienne pionnière de l'économie sociale et solidaire (ESS), fondée en 2012, qui sensibilise, accompagne et finance les actrices et acteurs de l'intérêt général en Tunisie et dans la région MENA.

Ta'ziz -Pérennité et autonomisation de la Société Civile tunisienne

Ta'ziz est un programme porté par le Lab'ess et le El Kawakibi Democracy Transition Center, avec le soutien financier de l'Union Européenne, qui vise à renforcer la pérennité et l'autonomisation financière des organisations de la société civile tunisiennes sur la période décembre 2023 – novembre 2026.

II. CONTEXTE ET OBJECTIFS GENERAUX DE LA MISSION

Museum Lab est une association tunisienne engagée dans la valorisation du patrimoine culturel comme levier de développement territorial.

Dans le cadre de son projet Via Bagrada, Museum Lab met en œuvre un projet visant à renforcer l'attractivité du nord-ouest tunisien à travers la valorisation de son patrimoine culturel, naturel et paysager. Le projet repose sur plusieurs axes d'intervention, notamment le renforcement des capacités des jeunes, le développement de l'entrepreneuriat culturel, le marketing territorial, le plaidoyer, la création de réseaux d'acteurs ainsi que l'organisation d'un événement culturel et touristique.

En parallèle, l'association développe une Activité Génératrice de Revenus (AGR) destinée à assurer la pérennité de ses actions, à travers la commercialisation d'une plateforme d'expériences culturelles et touristiques, de circuits patrimoniaux et de produits et services valorisant les richesses du territoire.

Cette AGR s'appuie désormais sur une stratégie de développement structurée autour de trois axes complémentaires : (1) le déploiement d'une communication digitale, média et événementielle, (2) la valorisation et la fidélisation de l'écosystème de partenaires d'un cluster (30+ membres, 100+ acteurs locaux)

Cette mission intervient à un moment clé du projet Via Bagrada : l'écosystème de partenaires du cluster a aujourd'hui atteint une taille critique et l'événement culturel et touristique prévu en octobre 2026 exige une stratégie de communication structurée et professionnalisée. Museum Lab a par ailleurs constaté la nécessité de consolider une identité de marque cohérente pour Via Bagrada et de structurer ses relations presse et médias, afin d'accompagner le passage de l'AGR à une phase de déploiement opérationnel à plus grande échelle.

Afin d'assurer une communication cohérente, stratégique et attractive de l'ensemble du projet et de porter la mise en œuvre opérationnelle de ces deux axes, Museum Lab recrute un.e Consultant.e en communication afin d'accompagner l'association dans la conception et mise en œuvre de la stratégie de communication du projet Via Bagrada, en cohérence avec les 4 axes de la stratégie 2026-2027, afin de :

- renforcer la visibilité et la notoriété du projet auprès des différents publics ;
- valoriser les activités, les résultats et les impacts du programme ;
- soutenir la structuration et la fidélisation de l'écosystème de partenaires du cluster ;
- assurer la bonne utilisation des outils de promotion du projet Via Bagrada ;

III. DUREE DE LA MISSION

La durée de la mission et le calendrier détaillé seront définis lors de la contractualisation, en fonction de la proposition du prestataire retenu.

IV. PERIMETRE DE LA MISSION

I. Ce que couvre la mission

- La conception et la mise en œuvre de la stratégie de communication globale de Via Bagrada (axes 1 et 2).
- La production de contenus de valorisation des partenaires, bénéficiaires et acteurs du cluster.
- Le déploiement des relations presse et médias et le développement du réseau de partenaires médias.
- La conception et la couverture de la communication de l'événement Via Bagrada (octobre 2026).
- L'accompagnement en communication du programme de labellisation et du service store artisanal.
- Le rapport final de capitalisation et de recommandations.

II. Ce qui est exclu de la mission

- La gestion quotidienne (community management) des réseaux sociaux de Museum Lab.
- La conception et le pilotage de campagnes publicitaires sponsorisées.
- L'impression et la production physique des supports (la mission couvre uniquement leur conception).
- Le développement informatique (site web, applications ou plateformes digitales).
- La gestion administrative et financière des partenariats du cluster.

V. DETAILS DE LA MISSION

I. Stratégie de communication globale

- ▶ Mettre en œuvre le plan de communication global du projet, décliné selon les 2 axes de la stratégie 2026-2027.
- ▶ Améliorer l'identité de marque de Via Bagrada et en garantir la cohérence sur l'ensemble des supports et canaux.
- ▶ Définir les messages clés, les cibles prioritaires et les canaux de diffusion pour chaque axe stratégique.
- ▶ Co-construire le calendrier de déploiement de la stratégie de communication en coordination avec les autres fonctions du projet (commercial, partenariats, digital).

Axe 1 — Valorisation et communication de l'écosystème de partenaires

Consolider et professionnaliser le réseau de partenaires du cluster via Bagrada.

- ▶ Valoriser les partenaires, bénéficiaires et acteurs locaux du cluster à travers des contenus dédiés (portraits, témoignages, reportages).
- ▶ Accompagner en communication le programme de formation et de labellisation Via Bagrada.

- ▶ Contribuer à la communication autour du service store artisanal (physique et digital) et de ses producteurs.
- ▶ Valoriser les résultats du suivi de l'impact social du projet.

Axe 2 — Communication digitale, médias et événementielle

Construire la notoriété digitale de Via Bagrada .

- ▶ Organiser les relations presse : dossiers de presse et communiqués destinés aux médias culturels et touristiques.
- ▶ Concevoir le plan de communication de l'événement Via Bagrada prévu en octobre 2026 et en assurer la couverture médiatique.
- ▶ Capitaliser les contenus produits lors des événements et campagnes.
- ▶ Développer un réseau de partenaires médias, entretenir les relations avec journalistes, créateurs de contenu et influenceurs, et construire des partenariats avec des festivals (gastronomie et culture).
- ▶ Identifier des opportunités de visibilité nationale et internationale et représenter Museum Lab lors des événements de communication, lorsque cela est requis.
- ▶ Valoriser les réalisations, les bénéficiaires et les impacts du projet auprès des partenaires et bailleurs.

VI. PROFIL RECHERCHEE

- Diplôme universitaire en communication, marketing, journalisme, sciences sociales, développement territorial, ou domaine équivalent.
- Une spécialisation en communication culturelle, touristique ou en développement économique territorial est un atout apprécié.

Expérience professionnelle

- Minimum 5 à 7 ans d'expérience professionnelle en communication, dont une partie significative dans la conception et le pilotage de stratégies de communication globales (et pas seulement de l'exécution).
- Expérience en relations presse / relations médias (rédaction de communiqués, dossiers de presse, gestion de contacts journalistes).
- Expérience dans l'organisation d'événements et leur couverture médiatique.
- Sens de l'organisation, créativité et aptitude au travail en équipe et avec un écosystème de partenaires multiples.
- La maîtrise d'outils de conception graphique et de production de contenus (Canva, Adobe Suite ou équivalent).
- Excellentes capacités rédactionnelles en français et en arabe ; une bonne maîtrise de l'anglais est souhaitée.
- Compétences en communication institutionnelle et en storytelling.
- Compétences en communication digitale (réseaux sociaux, contenus web, newsletters).

VII. LIVRABLES DE LA MISSION

1. Livrables

Livrables Axe 1 — Valorisation et communication de l'écosystème de partenaires

1. Bibliothèque de contenus de valorisation des partenaires

Portraits, témoignages et reportages (texte/photo/vidéo) des partenaires, bénéficiaires, artisans du cluster — incluant la valorisation du programme de formation/labellisation, du service store artisanal et des résultats d'impact social.

2. Plan et supports de communication du programme labellisation & store artisanal

Stratégie de communication dédiée avec supports associés (digital et physique) pour accompagner le déploiement du programme de formation/labellisation et l'animation du store.

Livrables Axe 2 — Communication digitale, médias et événementielle

1. Dispositif de relations presse et médias

Base de contacts médias/influenceurs/festivals, dossiers de presse, communiqués et revues de presse — couvrant l'ensemble des actualités du projet et le développement du réseau de partenaires médias.

2. Plan de communication et couverture de l'événement Via Bagrada (octobre 2026)

Stratégie événementielle complète (supports, rétroplanning, couverture médiatique) avec bilan post-événement et capitalisation des contenus produits pour valorisation auprès des partenaires et bailleurs.

Livrables de fin de mission :

Rapport final de capitalisation de la mission contenant les recommandations et des bonnes pratiques.

VIII. MODALITES DE COLLABORATION

Le/la Consultant(e) travaillera en étroite collaboration avec l'équipe de Museum Lab en charge du projet Via Bagrada, ainsi qu'avec les partenaires du cluster et les prestataires impliqués dans la mise en œuvre de l'AGR. Un point focal sera désigné au sein de Museum Lab pour assurer le suivi de la mission, valider les orientations et faciliter l'accès aux informations et contacts nécessaires.

IX. REUNIONS DE SUIVI

La mission prévoit au minimum les réunions de suivi suivantes :

- ▶ Une réunion de lancement, en début de mission, pour cadrer les objectifs, le plan de travail et le calendrier.
- ▶ Une réunion intermédiaire, à mi-parcours, pour faire le point sur l'avancement et ajuster si besoin le plan de travail.
- ▶ Une réunion finale de restitution, en fin de mission, pour présenter le bilan et le rapport final de capitalisation.
- ▶ Des points d'étape complémentaires pourront être organisés en fonction des besoins de la mission.

X. MODALITES DE VALIDATION DES LIVRABLES

Chaque livrable suivra le processus de validation suivant :

- ▶ Soumission du livrable par le/la Consultant(e) dans les délais prévus au calendrier.
- ▶ Retour de Museum Lab sous un délai de 5 jours ouvrés, sous forme de commentaires écrits.
- ▶ Intégration des observations par le/la Consultant(e) et soumission d'une version révisée.
- ▶ Validation finale du livrable par Museum Lab.

XI. DOSSIERS DE CANDIDATURE

Les dossiers de candidature devront obligatoirement comporter les éléments suivants :

- ▶ **Le CV du/de la Consultant(e)** mettant en évidence les qualifications et expériences pertinentes dans les champs couverts par la mission, avec les références professionnelles pour des missions similaires ;
- ▶ **Une offre financière** intégrant tous les coûts de la prestation. **Elle devra préciser le nombre de jours estimés pour la réalisation de la mission ainsi que le coût journalier proposé.** La proposition financière devra être en HT et en TTC au nom de **Groupe SOS Pulse Tunisie – Projet Ta'ziz**. Elle devra également être **signé, paraphé, daté et cacheté**.
- ▶ **Une note méthodologique comprenant :**
 - a. la compréhension de la mission et de ses enjeux ;
 - b. la méthodologie proposée ;
 - c. le planning d'intervention ;
 - d. l'organisation de la mission (moyens humains et matériels mobilisés) ;
 - e. les expériences similaires menées par le/la Consultant(e).

La facture finale sera établie sur la base des jours de travail réellement effectués, qui peuvent être supérieurs ou inférieurs à cette estimation.

XII. GRILLE D'EVALUATION DES DOSSIERS DE CANDIDATURES :

Les dossiers de candidatures seront évalués sur la base de la grille suivante :

Critère	Sous-critères d'évaluation	Pondération
Profil et expérience	Pertinence du diplôme et de l'expérience professionnelle ; expérience en gestion de projets multi-acteurs et en relations presse/médias ; qualité et pertinence des références professionnelles fournies.	30%
Méthodologie	Compréhension de la mission et de ses enjeux ; qualité et pertinence de la méthodologie proposée ; cohérence du planning d'intervention et de l'organisation proposée ; pertinence des expériences similaires présentées.	40%
Offre financière	Cohérence de l'offre financière au regard de la méthodologie proposée ; clarté et détail du budget (nombre de jours, coût journalier, montants HT et TTC).	30%

XIII. SOUMISSION DES DOSSIERS

Les dossiers de candidatures doivent être envoyés **avant le 13/08/2026** par e-mail à l'adresse suivante : taziz@labess.tn