

# Termes de référence (TdR) pour la passation de marchés de services

Conception et mise en œuvre d'une stratégie de communication de l'agence du bassin hydraulique du Guir Ziz Rhéris avec focus sur du plan de sécheresse

Numéro du projet/centre de coûts :  
18.2115.6-001.00

Liste des abréviations .....	3
I. Contexte .....	4
I.1. Projet Résilience Rurale .....	4
I.2. Contexte des actions prévues .....	5
II. Tâches à accomplir par le contractant .....	7
Phase 1 : Analyse et diagnostic : .....	7
Phase 2 : Elaboration du plan de communication interne et externe. ....	9
Phase 3 : Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication autour du plan de sécheresse .....	10
Phase 4 : Pérennisation .....	11
III. Conception technique et méthodologique.....	12
III.1. Stratégie (point 1.1 du schéma d'évaluation) .....	12
III.2. Coopération (point 1.2 du schéma d'évaluation).....	13
III.3. Structure de pilotage (point 1.3 du schéma d'évaluation) .....	13
III.4. Processus (point 1.4 du schéma d'évaluation).....	14
III.5. Apprentissage et innovation (point 1.5 du schéma d'évaluation).....	14
III.6. Système de gestion de projet du prestataire (point 1.6 du schéma d'évaluation).....	15
III.7. Concept de personnel (point 2 du schéma d'évaluation) .....	16
IV. Produits attendus du prestataire et délais.....	18
V. Exigences pour l'offre technique.....	19
VI. Déroulement et durée de l'intervention du prestataire .....	21
VII. Composition de l'offre.....	21
Annexes.....	23

**Annexe 2 : Modèle pour le tableau de calcul de votre offre financière ..... 24**

## Liste des abréviations

ABH	Agence de Bassin Hydraulique
ABHGZR	Agence de Bassin Hydraulique du Guir-Ziz-Rheriss
ABHS	Agence de Bassin Hydraulique du Sebou
ABHT	Agence de Bassin Hydraulique du Tensift
DGE	Direction Générale de l'Eau
DPH	Domaine Public Hydraulique
DRPE	Direction de la Recherche et de la Planification de l'Eau
GIRE	Gestion intégrée des Ressources en Eau
RR	Résilience Rurale

## I. Contexte

### I.1. Projet Résilience Rurale

Le phénomène de pénurie d'eau, récurrent au Maroc, affecte particulièrement les populations rurales. Ces dernières, souvent mal desservies par les ressources en eau, sont pourtant fortement dépendantes de l'eau pour l'agriculture, qui constitue leur première source de revenu. En outre, les populations les plus vulnérables n'ont souvent pas les moyens de faire face aux dommages causés par les phénomènes extrêmes (fortes pluies, inondations, ...), qui résultent fréquemment en une baisse des rendements agricoles, et contribuent ainsi au renforcement de la pauvreté au niveau de leurs zones. Le changement climatique augmente considérablement la vulnérabilité des populations rurales pauvres face à la variabilité des ressources en eau.

Par ailleurs, les intérêts des populations pauvres rurales ne sont pas suffisamment représentés dans les décisions politiques concernant les grands investissements privés, qui, à travers une consommation de ressources en eau très importante, contribuent à la baisse du niveau des nappes phréatiques sans bénéficier aux populations rurales.

Une bonne gouvernance de l'eau peut contribuer au renforcement de l'économie rurale, à l'amélioration des conditions de vie et rendre la population plus résiliente aux effets de la variabilité du climat et du changement climatique. Cette vision qui est déjà encouragée au Maroc. En effet, au Maroc à travers notamment les nouvelles stratégies sectorielles mettant l'être humain de plus en plus au cœur des préoccupations. Toutefois, une approche globale de l'utilisation systématique de l'eau dans les zones rurales pour réduire la pauvreté fait encore défaut. C'est dans cette perspective que le projet maroco-allemand « Résilience rurale - Gestion des ressources en eau pour la réduction de la pauvreté et le renforcement de la résilience » s'est donné comme objectif de renforcer la résilience de la population rurale pauvre face à la variabilité des ressources en eau.

Le projet « Résilience rurale » contribue simultanément, à travers une gestion rationnelle des ressources en eau, à deux objectifs du gouvernement marocain et de la coopération allemande : (i) le renforcement de la résilience dans le contexte du changement climatique et (ii) l'optimisation de l'économie rurale en vue d'accroître les revenus et améliorer les conditions de vie des populations rurales.

Les agences d'exécution du programme sont la Direction Générale de l'Eau (DGE) représentée par la Direction de la Recherche et de la Planification de l'Eau (DRPE) et relevant du Ministère de l'Équipement du Transport de la Logistique et de l'Eau (METLE), ainsi que les 3 Agences de Bassins Hydrauliques (ABH) du Tensift, du Sebou et du Guir-Ziz-Rhéis.

Le projet Résilience Rurale est axé sur les thématiques suivantes :

1. Renforcement des compétences et accompagnement des populations rurales pour l'identification et la mise en œuvre de pratiques résilientes face à la variabilité des ressources en eau ;
2. Appui à la planification et à la gestion décentralisée et participative axée sur l'amélioration de la résilience face à la pauvreté et à la variabilité des ressources en eau ;
3. Renforcement de la coordination et du dialogue interministériel dans le domaine de la résilience face à la variabilité des ressources en eau.

## **I.2. Contexte des actions prévues**

La consultation a pour objet la conception et la mise en œuvre d'une stratégie de communication de l'ABHGZR en mettant le focus sur le plan de sécheresse.

La stratégie de communication doit être décliné à partir d'une vision globale, qui permet à l'ABHGZR de l'adapter à différents contextes et sujets nécessitant une communication avec un large public, et atteindre les objectifs souhaités, qui sont indiqués dans les parties suivantes des TdRs.

La mise en œuvre de la stratégie de communication doit être pensée et élaborée dans le cadre d'une approche privilégiant les principes de la gestion axés sur les résultats.

Cette stratégie devra être procédée par un exercice d'identification précis et quantifiable ainsi que les moyens techniques et les ressources humaines et financières à même de réaliser ces objectifs.

L'objectif principal de la stratégie de communication est de permettre à l'ABHGZR d'accroître sa visibilité et son influence ; de renforcer son positionnement institutionnel et de contribuer fortement à la sensibilisation et à la mobilisation de la population par rapport aux questions liées à la gestion des ressources en eau, et l'adaptation aux changements climatiques.

Un traitement spécifique des composantes du plan d'action devra être réservé à l'investissement de l'espace des médias web et des réseaux sociaux.

### **Objectif spécifique 1 : Positionner l'ABHGZR dans son environnement institutionnel**

- a- Accroître la visibilité de l'ABHGZR en tant qu'institution public ouvrant en matière de gestion intégrée des ressources en eau, et de gestion des plans de pénurie d'eau en cas de sécheresse, et de veille à la mise en œuvre de ses plans.
- b- Faire connaître la mission d'intérêt public de l'ABHGZR auprès des décideurs, des partenaires et de l'opinion publique locale en tant qu'institution à l'écoute, qui apporte assistance et expertise et qui répond à leurs besoins en la matière.
- c- Développer la proximité avec les intervenants et les citoyens au niveau régional notamment, au niveau de son ressort territorial ;

### **Objectif spécifique 2 : Développer une communication digitale**

- a- Accroître la visibilité de l'ABHGZR dans les médias sociaux
- b- Actualiser le site web internet de l'ABHGZR
- c- Développer et formaliser auprès du personnel l'utilisation du mailing en interne et avec les partenaires
- d- Valoriser les efforts entrepris par l'ABHGZR en matière de planification et de gestion intégrée des ressources en eau, et mettre en valeur les publications et les données produites qui y sont afférents.
- e- Veiller à garder une synergie entre les différentes actions de communication (événement, stratégie media et publications)
- f- Services offerts par l'ABHGZR pour le public, y compris les services planifiés (e-gouvernement)

**Objectif spécifique 3 : mise en œuvre d'une campagne de communication autour du pan de sécheresse**

- Définition des objectifs clairs, des efforts d'information et de communication à déployer ;
- L'identification des différentes cibles : les administrations concernées par la question de la gestion des ressources en eau, la population dans le territoire de l'ABHGZR ;
- Les actions d'information, de communication et de sensibilisation destinées à informer les groupes cibles sur le déficit des ressources en eau dans le bassin, les tendances dans un contexte de changement climatique, et les raisons des actions entreprises par l'ABHGZR.
- L'identification des approches et des outils appropriés pour faciliter la compréhension des messages selon les différentes cibles.
- Développement des supports de communication adaptés pour les différentes cibles et les différents canaux de communication.

Le plan de communication contribuera à accroître la visibilité sur la problématique de gestion des ressources en eau dans un contexte de changement climatique, ainsi de comprendre et soutenir les efforts de l'ABHGZR entrepris pour une gestion durable de la ressource en eau.

## II. Tâches à accomplir par le contractant

L'objectif principal de la prestation consiste en l'élaboration d'une stratégie de communication de l'ABHGZR, qui sera l'outil stratégique et méthodologique de la mise en œuvre et de la programmation de la communication et de la sensibilisation. La stratégie définira les grandes priorités : public cible, axes de communication, moyens et outils.

La stratégie de communication doit permettre à l'ABHGZR :

- D'informer sur son activité ;
- D'être à l'écoute de ses partenaires et interlocuteurs ;
- De sensibiliser et d'améliorer le sens de communication chez le personnel de l'ABHGZR ;
- D'atteindre un large public dans les campagnes de communication et de sensibilisation ;
- D'instaurer les outils d'échange et de partage internes et externes des données.

Cette stratégie et sa mise en œuvre, s'appuieront sur la méthodologie des approches de communication participative qui comprennent des activités de :

- Communication institutionnelle : visibilité des activités menées au sein de l'ABHGZR et entre l'ABHGZR et ses partenaires locaux et nationaux ;
- Communication sociale : avec l'utilisation des masses de média pour informer, sensibiliser, motiver et mobiliser autour des actions et initiatives ayant trait aux domaines d'activités de l'ABHGZR.

La stratégie de communication doit donner de la cohérence aux différentes actions de communication interne et externe et renforcer l'image de l'ABHGZR et son identité.

L'ensemble de la mission sera réalisé en étroite concertation avec le Comité de pilotage de composé par les représentants de l'ABHGZR et de la GIZ.

La mission sera menée en trois phases :

### **Phase 1 : Analyse et diagnostic :**

- 1- La réalisation d'une analyse documentaire couvrant tous les documents afférents aux activités de l'ABHGZR.
- 2- L'analyse du plan de sécheresse élaboré par l'ABHGZR.

Cette analyse permettra une bonne connaissance des missions confiées à l'ABHGZR, de son environnement institutionnel et juridique, et une meilleure compréhension de son plan de gestion de pénurie d'eau en cas de sécheresse.

- 3- Etablissement d'un état des lieux de la communication de l'ABHGZR, et l'évaluation des moyens disponibles, à savoir :
  - a. L'organisation, les ressources humaines et financières mobilisées, l'identité visuelle et la charte graphique de l'agence, les actions de communication entreprises (rencontres d'information, interviews, communiqués, etc.), les supports de communication produits ou mise en place (bulletins, brochures, plaquettes, site web, événementiels, etc.), les interactions avec les parties prenantes et les publics cibles, ...
  - b. L'analyse des actions et outils existants (site internet, intranet, supports de communication...);
- 4- La conduite d'ateliers participatifs avec le personnel de l'Agence :

Identification des attentes en interne et en externe en matière de communication, détermination des enjeux et des objectifs stratégiques en matière de communication, évaluation de l'engagement des parties prenantes, identification des publics cibles et appréhension de leur perception de l'agence.

- 5- L'analyse SWOT sur les actions de communications, pour l'identification des atouts, des freins éventuels aux actions, des enjeux, et de l'évaluation de l'impact des actions de l'agence auprès de ses partenaires et la population dans son territoire d'action ;

Une connaissance approfondie de l'état des lieux doit permettre l'établissement d'un bilan des actions entreprises et des préconisations émises au préalable en matière de communication en perspective de leur capitalisation, de leur intégration et de leur mise en cohérence dans le cadre de la communication.

Cette étape devra donner à l'élaboration d'un rapport de recommandations comportant essentiellement :

- Les mécanismes d'information et de communication en interne et en externe ;
- Les problèmes actuels et éventuels qui peuvent entraver la bonne communication interne et externe ;
- Les solutions, recommandations et les modalités d'amélioration et de renforcement des actions de communication ;

**Livrables de la phase :**

<b>Jalon</b>	<b>Délais</b>
Rapport sur l'état de lieux et de recommandations.	4 semaines après la signature du contrat



## **Phase 2 : Elaboration du plan de communication interne et externe.**

Sur la base des résultats du diagnostic, le consultant doit formuler un plan d'action et une stratégie de communication. Cette stratégie doit présenter la vision générale de l'ABHGZR, les objectifs et la méthodologie du plan de communication.

Le consultant doit :

- Proposer des axes stratégiques de la communication ;
- Définir les objectifs et les idées forces ;
- Elaborer les messages principaux ;
- Identifier les cibles par degrés de priorité ;
- Définir les canaux de communication sur lesquels s'appuyer ;
- Définir les supports et les outils de communication à utiliser ;
- Proposer une programmation des opérations à mener (Préciser le planning et les moyens financiers et humains à mettre en œuvre) ;
- Arrêter la responsabilité de la mise en œuvre ;
- Définir les indicateurs de suivi et d'évaluation à mettre en place ;
- Proposer l'outil informatique adéquat pour la gestion et le suivi des activités de communication ;

Dans le cadre de cette phase, il est aussi prévu d'appuyer l'équipe de l'ABHGZR dans la préparation des outils de communication digitale, à savoir :

- Mise à niveau et mise à jour du site web de l'ABHGZR,
- Création et animation d'une page de l'ABHGZR sur un site web d'un réseau social, éventuellement « Facebook »

### **Livrables de la phase :**

<b>Jalon</b>	<b>Délais</b>
Plan de communication interne, y compris une description des responsabilités au sein de l'ABHGZR (Qui fait quoi avec qui ?)	8 semaines après la signature du contrat
Plan de communication externe	8 semaines après la signature du contrat
Nouvelle version à jour du site web de l'ABHGZR	8 semaines après la signature du contrat
Page de l'ABHGZR sur le site web d'un réseau social	8 semaines après la signature du contrat

### **Phase 3 : Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication autour du plan de sécheresse**

Dans l'objectif de mener une campagne de communication autour du plan de sécheresse, le prestataire devra accompagner la mise en place du plan de communication. Il s'agit d'assister l'ABHGZR dans la mise en œuvre des actions retenues et sur les modalités de réalisation et d'évaluation des actions à entreprendre et d'encadrer le personnel affecté à la cellule chargée de la communication.

Dans ce cadre, le prestataire devra assurer les activités suivantes :

- Elaboration d'une feuille de route s'alignant avec la stratégie de communication et les actions du plan de sécheresse, en identifiant les outils, approches et étapes ;
- Définitions des cibles et des messages en lien avec le plan de sécheresse : les supports de communication à élaborer dans le cadre de cette phase devront être identifiés et regroupés selon les cibles identifiées ;
- L'élaboration d'un concept créatif bilingue (arabe et français) concernant l'identité visuelle de la campagne (Logo type, accroche et charte graphique) qui soit en cohérence avec la charte graphique de l'ABHGZR, ainsi que sa déclinaison sur les outils de communication suivants :
  - o Affiche de sensibilisation
  - o Dépliant d'information
  - o Banderole
  - o Blocs notes
  - o Stylos personnalisés
  - o Sac
- L'élaboration d'un article de presse de la campagne en arabe et en français ;
- Tournage d'un interview avec un représentant de l'ABHGZR, le consultant devra appuyer l'ABHGZR dans l'élaboration du script, et assurer tous les moyens logistiques nécessaires au tournage de la vidéo ;
- La conception de la publicité sur web/internet dans le but de cibler la population du territoire d'action de l'ABHGZR ;
- L'achat et la gestion d'un espace publicitaire sur le site web d'un réseau social ;
- Contact des médias (identification et implication de la presse locale) ;
- L'élaboration du déroulé global de la campagne de communication.
- Former les équipes sur l'utilisation de ces outils et sur le suivi des interventions sur les réseaux sociaux.

La prestation implique la création du contenu et la conception graphique des supports de communication en leur version numérique :

**a) Affiche de sensibilisation (en arabe) :**

- Elaboration des messages et des signes choisis en arabe ;
- Conception graphique et montage (recherche de photos, scans et retouches d'images) conformément à la charte graphique de la campagne ;

**b) Dépliants d'information bilingue (en arabe et en français) :**

- Elaboration des textes objet des dépliants en arabe et en français ;
- Création et conception graphique (recherche de photos, scans et retouches d'images) conformément à la charte graphique et du logo de la campagne ;

**c) Banderole (en arabe) :**

- Elaboration des textes en arabe ;
- Création et conception graphique (recherche de photos, scans et retouches d'images) conformément à la charte graphique et du logo de la campagne ;

**d) Bloc-notes, stylos personnalisés et sac (en arabe et en français) :**

- Création, conception bilingue, en arabe et français, et déclinaison graphique de la charte sur le bloc-notes, stylos personnalisés et sac

Les travaux de production des supports papier des documents de communication ne sont pas demandés.

Les frais liés à la campagne de communication sur internet et l'achat des espaces publicitaires sont à la charge du prestataire.

**Livrables de la phase :**

<b>Jalon</b>	<b>Délais</b>
Feuille de route de la campagne de communication	10 semaines après la signature du contrat
Conception graphique et contenu des : - Affiche de sensibilisation (en arabe) - Dépliants d'information bilingue (en arabe et en français) - Banderole (en arabe) - Bloc-notes, stylos personnalisés et sac (en arabe et en français)	11 semaines après la signature du contrat
Article de presse de la campagne en arabe et en français	11 semaines après la signature du contrat
Vidéo : Interview d'information et de sensibilisation avec un représentant de l'ABHGZR	12 semaines après la signature du contrat
Conception de la publicité sur le web/internet	12 semaines après la signature du contrat
Rapport du déroulé global de la campagne de communication	16 semaines après la signature du contrat

**Phase 4 : Pérennisation**

Afin de garantir l'ancrage durable du travail, un atelier sera organisé à la fin avec des personnes pertinentes de l'ABHGZR et de la GIZ. Il s'agit de clarifier la manière dont l'ABHGZR continue d'agir en permanence sur le thème de la communication. Le résultat de l'atelier doit être un plan de travail pour l'ABHGZR. Les questions en suspens doivent être discutées et les solutions proposées doivent être décrites dans le plan de travail.

Si possible, des représentants d'autres secteurs (énergie, agriculture, etc.) et des représentants des régions pilotes de la GIZ seront également invités à l'atelier.

<b>Jalon</b>	<b>Délais</b>
Liste des participants	18 semaines après la signature du contrat
Plan d'action de la campagne de communication	18 semaines après la signature du contrat

### **III. Conception technique et méthodologique**

Pour l'élaboration conceptuelle de son offre (approche technique et méthodologique, gestion de projet, autres exigences le cas échéant), le prestataire doit prendre en compte certains objectifs et impératifs, lesquels sont précisés ci-après.

Le développement des capacités est le processus par lequel les personnes, les organisations et les sociétés - sous leur propre responsabilité - mobilisent, adaptent et développent leur capacité à gérer leur propre développement durable et à l'adapter à l'évolution des conditions. Le soutien apporté par les partenaires extérieurs au renforcement des capacités vise à faciliter ce processus et à permettre aux acteurs concernés d'élargir leurs capacités de gestion proactive. Le soutien et les services de conseil (le cas échéant) s'adressent à différents niveaux dans le pays partenaire et sont conçus pour faire participer et renforcer également les différents acteurs du gouvernement, de la société civile et du secteur privé.

La GIZ conçoit et met en œuvre les projets en utilisant son modèle de gestion Capacity WORKS. Par projet, on entend des « systèmes de coopération » dont les acteurs - généralement GIZ et ses partenaires - se sont mis d'accord sur les objectifs et les résultats. Afin de tenir compte des différentes perspectives dans la conception axée sur les objectifs du système de coopération, Capacity WORKS utilise cinq facteurs de succès : stratégie, coopération, structure de pilotage, processus, et apprentissage et innovation.

#### **Objectifs pour le prestataire**

Le prestataire doit exposer dans son offre la manière dont il entend, par le biais des champs d'action faisant l'objet de l'appel d'offres, atteindre les objectifs et résultats que l'on attend de lui (cf. chapitre 3). Il doit pour cela aborder les cinq facteurs suivants : stratégie, coopération, structure de pilotage, processus, apprentissage et innovation. Il doit en outre décrire l'organisation de sa gestion de projet au sens strict (chapitre 3.6). Il convient d'éviter ici les redondances avec des documents existants ou de juste reproduire le texte des TdR. La limitation du nombre de pages indiquée au chapitre 8 des présents TdR doit être respectée.

#### **III.1. Stratégie (point 1.1 du schéma d'évaluation)**

Le soumissionnaire doit examiner le cahier des charges à la lumière des objectifs des prestations demandées. Le soumissionnaire doit ensuite présenter et justifier la stratégie explicite qu'il entend appliquer pour fournir les prestations dont il est responsable.

Le prestataire doit interpréter les objectifs dont la réalisation lui incombe et analyser sa mission de manière critique (point 1.1.1 du schéma d'évaluation). Il doit ensuite exposer et justifier la stratégie qu'il entend appliquer pour réaliser les jalons, objectifs et résultats dont la responsabilité lui incombe (point 1.1.2 du schéma d'évaluation). Il proposera, mettra en œuvre et adaptera continuellement la stratégie en vue de l'atteinte des résultats et objectifs de la prestation. Dans la présentation de l'approche de mise en œuvre de ses activités, le prestataire évitera les redondances.

### **III.2. Coopération (point 1.2 du schéma d'évaluation)**

Le prestataire doit présenter les acteurs importants pour la prestation objet de l'appel d'offres (partenaires et autres) et décrire leurs interactions (point 1.2.1 du schéma d'évaluation). Il doit élaborer un concept visant le développement et la mise en œuvre de la coopération avec ces acteurs (point 1.2.2 du schéma d'évaluation). Il y a lieu à cet égard de tenir compte des coopérations engagées par le projet.

La GIZ suppose l'utilisation de méthodes agiles pour la mise en œuvre. De plus, le sujet de la co-création est très important. Le contractant doit décrire comment et s'il a l'intention d'exécuter la commande de cette manière. Les coordinateurs régionaux du projet Résilience Rurale exercent une fonction de coordination opérationnelle et contrôlent la qualité de l'ensemble des activités réalisées dans leur bassins respectifs dans le cadre du projet.

#### Objectifs pour le prestataire

Le prestataire est tenu de présenter les acteurs impliqués dans cette partie du système de coopération sous sa responsabilité et de décrire leurs interactions. Le prestataire doit décrire comment la coopération avec ces acteurs doit être mise en place et mise en pratique. Les instructions/directives pertinentes de la proposition de module et d'autres documents doivent être prises en compte.

### **III.3. Structure de pilotage (point 1.3 du schéma d'évaluation)**

Les activités du prestataire sont réalisées, dans chacun des bassins, sous la responsabilité et la coordination opérationnelle du coordinateur régional de la GIZ, qui assure un pilotage conjoint avec l'Agence de Bassin Hydraulique.

Le prestataire doit présenter et expliquer l'approche et la démarche qu'il entend adopter pour piloter les mesures avec les partenaires importants lors de l'exécution de la prestation objet de l'appel d'offre (point 1.3.1 du schéma d'évaluation).

Les décisions de gestion descendantes ne fonctionnent pas dans les « systèmes de coopération ». Il faut donc une structure de pilotage qui reflète les accords sur la manière dont les participants préparent et prennent conjointement les décisions pertinentes. Ces décisions affectent le niveau stratégique ou opérationnel, la gestion des ressources et des conflits, le contrôle de la mise en œuvre et le suivi. Lors de la mise en place d'une structure de pilotage efficace, il est particulièrement important de prendre en considération le principe de subsidiarité.

Les systèmes de suivi basés sur les résultats nous permettent d'observer et de piloter le développement des projets en mettant l'accent sur les résultats et la réalisation des objectifs. Idéalement, ce système peut accéder aux données disponibles dans le pays partenaire et éviter ainsi de créer des structures parallèles.

#### Objectifs pour le prestataire

Le prestataire joue un rôle actif dans le suivi des résultats de la prestation. Le prestataire est donc tenu de décrire sa contribution au suivi axé sur les résultats et les défis qui y sont associés (point 1.3.2 du schéma d'évaluation). Le prestataire se familiarisera avec les exigences de suivi et d'évaluation de la GIZ et fournira les informations correspondantes au chef du projet, le cas échéant. Toutes les formations doivent faire l'objet d'une évaluation finale

par les participants, notamment afin de contrôler la réalisation des indicateurs que le prestataire est censé atteindre.

Le prestataire est tenu de présenter et d'expliquer son approche du pilotage du projet en coopération avec les partenaires du projet. Il est tenu de décrire son système de suivi axé sur les résultats, qui doit répondre aux exigences et aux spécifications du projet, ainsi que les défis associés.

### **III.4. Processus (point 1.4 du schéma d'évaluation)**

Les apports des partenaires de coopération peuvent être affectés à divers processus communs. Les processus de prestation de services sont liés aux objectifs du système de coopération. Les processus de coopération sous-tendent les processus de prestation de services grâce à la coordination des différents acteurs. Les processus d'apprentissage désignent le fait que les acteurs réfléchissent sur les processus de mise en œuvre et leurs résultats, et qu'ils entreprennent les changements nécessaires. Les processus de soutien sont des ensembles de tâches qui sous-tendent tous les autres types de processus. Les processus de pilotage forment le cadre juridique, politique et stratégique de tous les autres types de processus.

#### Objectifs pour le prestataire

Le prestataire est tenu, éventuellement sur la base de la consistance de la prestation, de décrire brièvement les principaux processus dont il est responsable (point 1.4.1 du schéma d'évaluation). Il s'agit de décrire les processus de prestation de services de manière suffisamment détaillée pour qu'il soit possible de présenter et d'expliquer un plan d'opérations pour la stratégie proposée au chapitre 4.1. Ce faisant, il doit décrire les étapes de travail nécessaires, tenir dûment compte des jalons conformément au TdR et les compléter si nécessaire, et établir un calendrier (point 1.4.2 du schéma d'évaluation). Le prestataire doit également indiquer comment les contributions des partenaires peuvent être intégrées dans le processus de mise en œuvre.

### **III.5. Apprentissage et innovation (point 1.5 du schéma d'évaluation)**

Les personnes, les organisations et la société doivent suivre un processus d'apprentissage si l'on veut que le système de coopération soit capable de réagir au changement. L'apprentissage et l'innovation sont ancrés dans la connaissance. Un système de gestion des connaissances dans un projet ou une organisation identifie et sauvegarde le savoir-faire pertinent et expérimental et le prépare pour les échanges ultérieurs, tant avec d'autres projets qu'au sein de l'organisation partenaire.

Au niveau de la société, la mise à l'échelle fait référence à une impulsion consciemment sélectionnée et ciblée pour l'ancrage et la diffusion de l'expérience et des connaissances. La mise à l'échelle verticale implique l'institutionnalisation de stratégies/approches qui ont déjà été pilotées avec succès. Dans le cadre de la mise à l'échelle horizontale, les stratégies/approches pilotées sont transférées directement entre des organisations comparables. La mise à l'échelle fonctionnelle consiste à transférer les stratégies, les approches, les méthodes, les leçons apprises, etc. dans un nouveau contexte.

#### Objectifs pour le prestataire

Le prestataire doit décrire sa contribution à la gestion des connaissances du projet et de la GIZ (point 1.5.1 du schéma d'évaluation).

Le prestataire est tenu de décrire son projet de méthodologie de formation. La proposition d'idées novatrices de matériel de formation serait un atout.

Par ailleurs, le prestataire doit présenter et expliquer les mesures proposées pour encourager la mise à l'échelle horizontale ou verticale (point 1.5.2 du schéma d'évaluation).

### **III.6. Système de gestion de projet du prestataire (point 1.6 du schéma d'évaluation)**

Au sein de l'équipe GIZ, il y a un coordinateur régional pour chacune des régions. Le prestataire doit veiller à ce que la coordination avec le coordinateur régional ait lieu régulièrement. La communication avec les organisations partenaires doit se faire conjointement avec la GIZ, sauf accord contraire. La direction du programme de la GIZ et le chef d'équipe du prestataire doivent échanger régulièrement des informations.

#### Objectifs pour le prestataire

Dans son offre, le prestataire doit présenter l'approche et la démarche qu'il entend adopter pour la coordination de ses activités au sein du projet (point 1.6.1 du schéma d'évaluation).

Le prestataire doit présenter et expliquer un plan d'opérations, comprenant également un programme d'intervention du personnel pour l'ensemble du personnel spécialisé qu'il prévoit de mettre en place, et dédié à la mise en œuvre de la stratégie proposée au chapitre 4.1. Ce plan d'opérations doit illustrer les durées d'intervention (périodes et jours de spécialiste) et les lieux d'intervention des différents experts ainsi que de décrire les étapes de travail nécessaires, intégrer les jalons prévus au chapitre 3 et les compléter le cas échéant (point 1.6.2 du schéma d'évaluation). Le prestataire doit montrer comment l'indicateur sera atteint, en s'appuyant sur les jalons (« milestones ») mentionnés dans ce document et proposant d'autres jalons.

Par ailleurs, le prestataire doit décrire son concept d'appui spécialisé (« backstopping ») et joindre à la fiche de poste du consultant technique un court CV probant (point 1.6.3 du schéma d'évaluation).

### III.7. Concept de personnel (point 2 du schéma d'évaluation)

#### Equipe

Les ressources humaines proposées par le prestataire doivent apparaître dans un organigramme définissant le plan de charge de l'équipe dédiée et les fonctions qui leurs incombe dans cette répartition fonctionnelle.

Le prestataire doit proposer une équipe de travail regroupant toutes les compétences nécessaires pour assurer les prestations listées dans les TDR . Il s'agit, à titre indicatif, des domaines suivants :

- Elaboration de diagnostic de l'existant, d'analyse et d'évaluation des besoins en termes de renforcement de la communication pour aboutir à une stratégie de communication cohérente et pertinente
- Conception et élaboration de supports de communication
- Design et graphisme
- Organisation d'évènements
- Relations presse

L'agence de communication devra justifier des capacités techniques suffisantes et d'une expertise confirmée en matière de communication institutionnelle, notamment auprès de ministères et organismes publics marocains.

Cette équipe devra être composée de :

#### Expert.e 1 : Chef de projet – Expert en renforcement organisationnel (point 2.1 du schéma d'évaluation)

<p><b>Qualifications générales</b>  (point 2.1.1) du schéma d'évaluation)</p>	<p>Excellentes qualités / capacités en :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Communication</li> <li>- Travail en équipe et relationnel</li> <li>- Transmission des savoirs (pour le volet transfert de compétences)</li> <li>- Analyse et résolution des problèmes</li> <li>- Gestion relation client (comité de suivi, GIZ, ABHGZR)</li> <li>- Elaboration de rapports de suivi</li> <li>- Formation et documentation</li> <li>- Connaissance du secteur de l'eau au Maroc et des attributions des ABH</li> <li>- Gestion des campagnes de communication digitales</li> </ul>
<p><b>Langue</b>  (point 2.1.2) du schéma d'évaluation)</p>	<p>Excellente maîtrise du français (niveau C1) et de l'arabe (niveau C1), la connaissance de l'amazigh est un atout (niveau B2).</p>
<p><b>Expérience professionnelle</b> (point 2.1.3) du schéma d'évaluation)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Au moins 7 ans d'expériences dans le domaine de communication institutionnelle, et le renforcement organisationnel</li> <li>- Expérience professionnelle dans la mise en place des stratégies de communication interne et externe d'organisations et d'administrations publiques</li> </ul>



<b>Formation</b>  (point 2.1.4) du schéma d'évaluation)	- Diplôme universitaire dans une discipline en lien avec la thématique de la prestation et les qualifications exigées.
---	--

**Expert.e 2 : Responsable de communication – Concepteur-créateur (point 2.2 du schéma d'évaluation)**

<b>Qualifications générales</b>  (point 2.2.1) du schéma d'évaluation)	Excellentes qualités / capacités en :  - Communication - Travail en équipe et relationnel - Transmission des savoirs (pour le volet transfert de compétences)  Très bonne connaissance du secteur de l'eau
<b>Langue</b>  (point 2.2.2) du schéma d'évaluation)	- Excellente maîtrise du français (niveau C1) et de l'arabe (niveau C1), la connaissance de l'amazigh est un atout (niveau B2).
<b>Expérience professionnelle</b> (point 2.2.3) du schéma d'évaluation)	- Au moins 5 ans d'expériences dans le domaine de la communication - Au moins 5 contributions à des expériences similaires - Expérience confirmée dans l'élaboration des stratégies de communication
<b>Formation</b>  (point 2.2.4) du schéma d'évaluation)	- Diplôme universitaire en science de l'information et/ou communication

**Expert.e 3 : Concepteur / Infographiste (point 2.3 du schéma d'évaluation)**

<b>Qualifications générales</b>  (point 2.3.1) du schéma d'évaluation)	- Conception et élaboration des supports de communication - Expert en design et graphisme
<b>Langue</b>  (point 2.3.2) du schéma d'évaluation)	- Excellente maîtrise du français (niveau C1) et de l'arabe (niveau C1), la connaissance de l'amazigh est un atout (niveau B2).

<b>Expérience professionnelle</b> (point 2.3.3) du schéma d'évaluation)	- Au moins 5 ans d'expériences dans le domaine du design et graphisme
<b>Formation</b> (point 2.3.4) du schéma d'évaluation)	- Formation supérieure Bac+3 en création webdesign ou équivalent

**Expert.e 4 : Photographe / expert en production audiovisuelle (point 2.4 du schéma d'évaluation)**

<b>Qualifications générales</b> (point 2.4.1) du schéma d'évaluation)	- Une expérience significative dans ce type de mission ou dans la réalisation de projets vidéographiques - Une sensibilité artistique et une force de proposition - Tournage et montage des vidéos institutionnelles ;
<b>Langue</b> (point 2.4.2) du schéma d'évaluation)	- Excellente maîtrise du français (niveau C1) et de l'arabe (niveau C1), la connaissance de l'amazigh est un atout (niveau B2).
<b>Expérience professionnelle</b> (point 2.4.3) du schéma d'évaluation)	- Au moins 3 ans d'expériences dans des projets similaires
<b>Formation</b> (point 2.4.4) du schéma d'évaluation)	- Diplôme universitaire dans une discipline en lien avec la thématique de la prestation et les qualifications exigées.

Les CV des experts doivent être joints à l'offre du consultant.

#### **IV. Produits attendus du prestataire et délais**

L'ensemble des livrables sont listés dans le tableau ci-dessous, les livrables devront comportés également les produits intermédiaires.

Le prestataire devra fournir les livrables en format numérique modifiable, en respectant les délais exigés.

Activité	Produits	Délais
<b>Phase 1 : Analyse et diagnostic :</b>	<b>Produit 1/</b> Rapport sur l'état de lieux et de recommandations.	<b>4 semaines après la signature du contrat</b>
<b>Phase 2 : Elaboration du plan de communication interne et externe.</b>	<b>Produits 2/</b> 1- Plan de communication interne 2- Plan de communication externe 3- Nouvelle version à jour du site web de l'ABHGZR 4- Page de l'ABHGZR sur le site web d'un réseau social	<b>8 semaines après la signature du contrat</b>
<b>Phase 3 : Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication autour du plan de sécheresse</b>	<b>Produit 3/</b> Feuille de route de la campagne de communication	<b>10 semaines après la signature du contrat</b>
	<b>Produit 4/</b> Conception graphique et contenu des : 1- Affiche de sensibilisation (en arabe) 2- Dépliants d'information bilingue (en arabe et en français) 3- Banderole (en arabe) 4- Bloc-notes, stylos personnalisés et sac (en arabe et en français)	<b>11 semaines après la signature du contrat</b>
	<b>Produit 5/</b> Article de presse de la campagne en arabe et en français	<b>11 semaines après la signature du contrat</b>
	<b>Produit 6/</b> Vidéo : Interview d'information et de sensibilisation avec un représentant de l'ABHGZR	<b>12 semaines après la signature du contrat</b>
	<b>Produit 7/</b> Conception de la publicité sur le web/internet	<b>12 semaines après la signature du contrat</b>
	<b>Produit 8/</b> Rapport du déroulé global de la campagne de communication	<b>16 semaines après la signature du contrat</b>
<b>Phase 4 : Pérennisation</b>	<b>Produit 9/</b> Plan d'action de la campagne de communication	<b>18 semaines après la signature du contrat</b>

L'expert se doit de fournir toute la documentation ayant contribué à l'élaboration de ses produits.

Période d'affectation : Du 04.07.2022 au 31.12.2022.

La mission se déroulera à Errachidia.

## V. Exigences pour l'offre technique

Les soumissionnaires seront notés en premier sur la qualité de leurs offres techniques. Seuls les soumissionnaires qui recevront une note de 70 ou plus / 100 pour leurs offres techniques seront considérés pour le dépouillement des offres financières.

La notation des offres techniques se basera sur les éléments listés ci-dessous (voir schéma évaluation technique pour la pondération)

- Offre technique : 70%, évaluation selon les qualifications attendues listées dans la partie « Concept de personnel » et les critères suivants :
  - a) Portfolio : Des réalisations similaires.
  - b) Stratégie : Interprétation des objectifs des TDRs, description et justification de la stratégie du contractant pour la mise en œuvre.
  - c) Structure de pilotage : approche et procédure de pilotage de la mise en œuvre du contrat, description de la contribution au suivi de l'impact et des défis associés.
  - d) Procédures : Présentation et explication du plan opérationnel (étapes de travail, jalons, processus) et de l'implication des contributions des partenaires.
  - e) Apprentissage et innovation : Contribution du contractant à la gestion des connaissances du partenaire et de la GIZ, description et explication de la promotion des effets de mise à l'échelle.
  - f) Gestion du projet : approche de la coordination avec la GIZ, déploiement du personnel (qui, quand, quelles étapes de travail), concept de backstopping.
  - g) L'offre technique doit comporter le planning et chronogramme de réalisation avec le détail d'affectation des ressources humaines.
  
- Proposition financière : 30%

Le soumissionnaire doit fournir un aperçu clair de tous les experts à court terme proposés et de leurs qualifications individuelles.

## VI. Déroulement et durée de l'intervention du prestataire

L'intervention du prestataire est prévue comme suit :

Activité	Jours de travail			
	Expert 1	Expert 2	Expert 3	Expert 4
Phase 1 : Analyse et diagnostic :	12	8	-	-
Phase 2 : Elaboration du plan de communication interne et externe.	13	13	18	-
Phase 3 : Assistance et accompagnement à la mise en œuvre du plan de communication autour du plan de sécheresse	13	26	36	20
Phase 4 : Pérennisation	5	5	-	-
<b>Total jours par expert</b>	<b><u>43</u></b>	<b><u>52</u></b>	<b><u>54</u></b>	<b><u>20</u></b>
<b>Total Nombre de jours</b>	<b><u>169</u></b>			

Si des contraintes apparaissent en raison des mesures de lutte contre le Covid-19 (restrictions du trafic aérien et des voyages, restrictions d'entrée, mesures de quarantaine, etc.) ou en raison de changements dans les relations diplomatiques entre le Royaume du Maroc et la République Fédérale d'Allemagne, le client et le mandataire sont tenus d'adapter en toute bonne foi leurs prestations contractuelles aux circonstances modifiées, par exemple en ce qui concerne la période de prestation, le contenu de la prestation et - si besoin - la rémunération.

## VII. Composition de l'offre

Le dossier de soumission doit comprendre :

- Une offre technique contenant :
  - Une note de compréhension des TDR
  - Une note méthodologique pour la mise en œuvre de l'ensemble des activités.
  - Les CVs des experts en charge de la réalisation de la mission
  - Une synthèse des réalisations de chaque membre de l'équipe
  - Le portfolio de l'entreprise
  - Les prestations similaires exécutées par le soumissionnaire.
  - Le soumissionnaire doit présenter des exemplaires de productions similaires réalisées durant les 5 dernières années notamment des :
    - Modèles, sur support papier, des documents et supports de communication élaborés (rapport annuel, livret de sensibilisation, livre blanc, brochures, bloc-notes... etc) ;

- Modèles d'identité visuelle et de charte graphique ;
- Une offre financière :
  - Le soumissionnaire est tenu de calculer les frais de déplacement des experts spécifiés et des experts qu'il a proposés et de répertorier les dépenses séparément par indemnité journalière, frais de logement et autres frais de voyage selon les taux journaliers (voir Annexe 1 & 2). Nous vous remercions de nous transmettre votre proposition financière sous le format d'un devis avec entête, pied de page, cachet et signature.

## Annexes

### Annexe 1

Les taux de perdiem acceptables par la GIZ lors des déplacements dans le cadre de mission GIZ et qu'il faut inclure dans l'offre financière sont comme suit :

- 117,00 dh perdiem journalier de frais de repas pour le jour de mission avec un aller-retour le même jour qui nécessite un déplacement au-delà du périmètre de 80 km du lieu de résidence.
- 234,00 dh perdiem journalier de frais de repas pour les jours de voyage (234,00 dh pour le jour de l'aller & 234,00 dh pour le jour du retour).
- 351,00 dh Perdiem journalier de frais de repas pour les jours de mission avec deux nuitées d'hébergements, (une nuitée la veille et une nuitée le jour même).
- Pour les nuitées il faut choisir soit le forfait d'hébergement de 400,00 dh sans présentation de justificatif, soit choisir le taux de 1200,00dh max avec présentation de la facture d'hôtel.
- Pour les frais de transport, c'est 2dh / km parcouru sur présentation de feuille de route (Carnet de bord + tickets d'autoroute) ou contre présentation de justificatif (ticket de train, Autocar, Tram & bon de Taxi avec cachet)

Pour la taxe sur la valeur ajoutée TVA, merci de noter que :

- L'ensemble de nos paiements se font sur la base du montant HT, sachant que le bureau de la GIZ dispose d'un délai de 4 semaines à partir de la date de dépôt du dossier de facturation complet pour lancer le traitement du paiement.
- Concernant le remboursement du montant de la TVA de la facture, merci de préparer votre facture pro-forma en trois exemplaires avec les lignes explicites des montant Total HT + montant de la TVA + montant Total TTC.
- Ayant la facture pro-forma, nous procédons à la demande d'exonération de la TVA auprès de notre partenaire le « Ministère du Travail et de l'Insertion Professionnelle », traitement qui nécessite en minimum un délai de traitement de 30 jours à partir de la date de dépôt de la demande d'exonération.

Dès réception de l'attestation d'exonération de la TVA de la Direction des Impôts, la GIZ s'engage à remettre cette dernière au prestataire dans les plus brefs délais.

## Annexe 2 : Modèle pour le tableau de calcul de votre offre financière

Nous vous remercions de nous transmettre votre proposition financière sous le format d'un devis en bonne et due forme avec entête, pied de page, cachet et signature et prière de détailler les frais de déplacement qui sont liés au repas, l'hébergement & transport selon les taux journaliers de l'annexe 1 des TDRs :

Désignations	CU (1)	Nombre de jour (2)	Total HT (1)x (2)
<b>Honoraires journaliers</b>			
Honoraires journaliers	Montant en HT/JH		
<b>Frais de déplacements</b>			
Perdiem Repas 1	351,00 dh		
Perdiem Repas 2 (Jour de l'aller & jour du retour)	234,00 dh		
Perdiem Repas 3 (Aller – retour le même jour)	117,00 dh		
Indemnité kilométrique de transport / km parcouru	2,00dh/km parcouru le cas où il y'a utilisation de véhicule personnel avec obligation de présentation de feuille de route ou carnet de bord		
Hébergement soit choisir le forfait par nuitée sans présentation de facture	400,00dh / nuitée		
Ou choisir un remboursement maximum contre présentation de facture	Jusqu'à 1200,00dh / nuitée contre facture d'hôtel maximum 4 étoiles		
<b>TOTAL HT</b>			
<b>TVA EN %</b>			
<b>TOTAL TTC</b>			
<b>Montant en toutes lettres :</b>			

Merci de noter que le taux de vos honoraires devrait être validés par notre bureau GIZ selon le taux maximum autorisé par la grille GIZ pour les honoraires journaliers.

Pour le remboursement de vos frais de transport le cas où vous choisissiez de facturer vos indemnités kilométriques à 2.00dh /km parcouru, vous devez obligatoirement détailler sur votre offre les destinations et trajets (aller-retour) avec le nombre de kilométrage prévue pour chaque trajet.