



TERMES DE REFERENCE (TDR)

Développer et accompagner la mise en œuvre d'une stratégie de communication et relations publiques

Type de contrat	Prestation de service
Durée	2 mois
Date limite pour la présentation des propositions	01 Février 2023
Date de début	10 Février 2023
Processus de sélection	Bon de commande

1. Contexte de l'étude

L'Association **CHIFAE** pour la Développement et la Formation est une association à but non lucratif. Sa mission est le développement social du grand quartier de **BIR CHIFAE** à **BENI-MAKADA (Tanger)**. L'Association **CHIFAE** pour la Développement et la Formation intervient dans trois domaines à savoir le développement communautaire, l'insertion professionnelle et l'éducation.

L'association **CHIFAE** s'engage avec tous ses partenaires nationaux et internationaux, publics ou privés à garantir un accès équitable aux droits ainsi qu'une participation libre et significative de toute la population du quartier aux décisions qui la concernent.

Depuis sa création, l'association CHIFAE a travaillé pour se positionner parmi les associations pionnières à Tanger et principalement au grand quartier Bni Makada. Au fil des années, l'association est devenue un acteur indispensable dans le développement socio-économique du quartier de Bir -Chifae en raison des services qu'elle fournit aux citoyens locaux via les différents projets mis en œuvre avec l'appui de ses partenaires locaux et internationaux.

Cette croissance en termes de prestation de services doit être suivie par une stratégie de communication pour faire parler de l'association, une stratégie qui devrait reposer d'abord sur un plan de communication clair et ensuite sur l'exigence d'un personnel qualifié.

Pour donner une plus grande visibilité à son statut, rôle, missions et résultats, l'association Chifae a décidé de se doter d'une stratégie de communication et relations publiques qui s'aligne sur le nouveau plan stratégique adopté en 2019, ce dernier mis l'accent sur l'adoption d'une stratégie de communication pour améliorer la visibilité de l'association et renforcer sa communication avec ses partenaires.

L'objectif général visé par cette stratégie consiste à aider l'association à mieux se faire connaître de ses bénéficiaires et partenaires au développement tant dans l'ensemble de son fonctionnement et ses activités que dans ses résultats et capacités à contribuer au développement socio-économique des habitants de la ville de Tanger. L'atteinte de cet objectif contribuera, sans aucun doute, à mieux répondre aux besoins des bénéficiaires. Les retombées et l'impact de la mise en œuvre d'une telle stratégie seront directs en termes de renforcement des capacités et d'intégration régionale et nationale, ainsi de positionner et renforcer son image vis-à-vis des institutions publiques et des donateurs internationaux. Une stratégie de communication pourrait être un outil utile pour établir de nouveaux accords et partenariats.

Améliorer la visibilité de l'association constitue une préoccupation majeure pour le rayonnement de l'association et assurer la durabilité de ses services dans les quartiers défavorisés. L'association s'efforcera de raconter l'histoire de CHIFAE d'une manière plus convaincante, opportune et pertinente.

Les objectifs de la stratégie sont :

1. Connaissance :

Transmettre des connaissances, la philosophie et la mission de l'association.

2. Génération de la demande :

Susciter l'intérêt des citoyens, des bénéficiaires et des institutions locales pour nos

programmes et nos projets.

3. Connaissance de l'association :

Développer la reconnaissance de la marque et la notoriété de l'association et de ses partenaires.

4. Nouveaux partenariats :

Attirer de nouveaux partenaires et donateurs pour garantir l'adéquation de la mission de l'association.

2. Cibles

L'association souhaite l'adoption d'une stratégie de communication et relations publiques holistique qui s'appuie sur des approches offline et online pour atteindre les différentes catégories sociétales (les bénéficiaires). L'adoption d'une telle stratégie aiderait l'association à communiquer avec toutes les catégories via des messages adaptés et bien développés.

Cette stratégie visera également de communiquer régulièrement sur l'association et ses activités ayant en cibles les partenaires publics et privés, existants et potentiels.

3. Résultats attendus

Il est attendu de la mission les résultats suivants :

Résultat 1.

L'association dispose d'une stratégie de communication

Résultat 2 Je crois qu'il faut aussi avec ce consultant/agence de communication mettre en œuvre le plan de communication et développer les outils qui seront identifiés (par exemple : site internet/vidéo institutionnelle/dossier de présentation/médias sociaux...)

Résultat 2.

L'association communique régulièrement avec son écosystème de manière réfléchie et professionnelle

4. Prestation demandée

- Réalisation du diagnostic sur la communication au sein de l'association
- Élaboration et développement d'une stratégie et d'un plan de communication et relations publiques qui devrait inclure :
 - 1. Identification des outils pour la stratégie de communication (online et offline) et relations publiques
 2. Définition d'une nouvelle politique de Branding
 3. Coaching du personnel de l'association dédié à la communication tout au long de la prestation (réflexion, développement de la stratégie et du plan de communication et relations publiques, choix des outils, développement du contenu, développement des outils, animation des réseaux sociaux, newsletter, etc.)

4. Production d'une vidéo institutionnelle sur l'association et de photos professionnels de jeunes et d'activités de l'association

5. Livrables et durée de la formation

- Rapport sur l'évaluation de la communication de l'association.
- Une stratégie et un plan de communication détaillés et élaborés qui comprend : des procédures, des politiques, charte graphique de l'association, des outils et des méthodes de communication que l'association pourrait utiliser pour communiquer en interne et en externe.
- Coaching du staff dédié à la communication tout au long de la prestation de service
- Production d'une vidéo institutionnelle sur l'association ainsi que des photos professionnelles sur les activités de l'association
- Rapport final de la prestation qui servira de guide pratique à l'association et qui proposera une base d'information complète et des documents pratiques pour appuyer l'association dans son processus de communication

6. Compétences requises

Le Consultant ou l'agence de Communication possédant des compétences avérées en communication institutionnelle avec des références. Une expérience avec une ONG serait un atout.

- Formation universitaire avancée (Master ou diplôme équivalent en communication)
- Une expérience professionnelle au moins de 5 ans dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies de communication institutionnelle et de relations publiques ;
- Solide connaissance du travail des associations avec une connaissance du contexte du nord du Maroc ;
- Bonne maîtrise de la langue arabe et du français.
- Connaissance du contexte du quartier Ber Chifae, souhaitable

7. Dossier de candidature

- Une proposition technique, méthodologique et financière détaillée ;
- Liste des références/clients (prestations similaires) ;

NB : L'offre financière pour la prestation devra comprendre, en dirham (MAD), en Hors taxes, et en Toutes Taxes Comprises. A noter que l'offre financière doit porter toute éventuelle dépense liée à cette mission (frais de déplacement, hébergement et toutes autres charges liées à la réalisation de cette mission).

8. Mode de sélection et négociation du contrat

Le choix du prestataire se basera initialement sur la qualité de l'offre technique et de l'équipe proposée.

Une commission de sélection établira un classement des offres reçues selon les critères suivants :

Critères	Notation
Offre technique : Simplicité d'utilisation, adaptabilité à l'association, Facilité d'instauration	50
Expérience spécifique du prestataire et de son équipe sénior dans des projets identiques	30
Expériences générales du prestataire dans le domaine de l'accompagnement aux associations	20

Avant son attribution définitive, le contrat sera négocié avec le prestataire sélectionné si l'offre financière dépasse le budget alloué à la mission.

9. Soumission de l'offre

L'offre technique et financière, ainsi que l'ensemble des pièces annexes, doivent être soumises, au plus tard le **1^{er} Février** par Email à l'adresse coordination.chifae@gmail.com
Aucune offre reçue après cette date ne sera traitée.