

MentOR2

**Mediterranean Network for Training
Orientation to Regular migration**

Termes de Référence
**Recrutement d'une Agence de Communication pour la Campagne d'Information et de
Communication**
Projet MENTOR2

I- Informations générales

Intitulé de l'expertise	Achat d'une prestation de conseil en communication stratégique
Organisme	Soletterre
Lieu d'affectation	Maroc

II- Contexte du Projet

Le projet MENTOR2, financé par l'Union européenne et mis en œuvre par un consortium de partenaires italiens, marocains et tunisiens, vise à renforcer la mobilité circulaire entre ces pays. Le projet offre aux jeunes la possibilité d'acquérir une expérience professionnelle en Italie, favorisant ainsi leur insertion professionnelle à leur retour. L'un des aspects clés du projet est la mise en œuvre d'une campagne d'information au Maroc pour promouvoir les histoires de succès des stagiaires et les opportunités d'intégration professionnelle et entrepreneuriale réussie après leur retour.

Le présent appel d'offre concerne la phase finale du projet Mentor 2 qui s'articule autour de 3 axes principaux :

Axe 1 : Le renforcement de la visibilité des réalisations du projet Mentor 2.

Axe 2 : La consolidation et l'ancrage du modèle du projet qui s'inscrit dans une perspective transnationale et multi-acteurs.

Axe 3 : L'implication pérenne des acteurs institutionnels et des organisations de la société civile afin d'assurer la durabilité du projet.

PROJECT CO-FUNDED BY
THE EUROPEAN UNION



PROJECT IMPLEMENTED BY
THE CITY OF MILAN



MentOR2

**Mediterranean Network for Training
Orientation to Regular migration**

III- Objectifs de la prestation

Sous la supervision de la représentante pays et la coordinatrice du Projet Mentor 2, le prestataire travaillera avec l'équipe projet et sera responsable de l'accomplissement des objectifs suivants : Toutefois, le prestataire devrait prendre en considération tout autre objectif de communication susceptible d'apparaître au cours des mois suivants.

- **Objectif 1** : Mettre en lumière les parcours inspirants des stagiaires ayant bénéficié du programme, en soulignant leurs compétences acquises, leurs expériences en entreprises italiennes et l'impact positif de tels parcours sur le marché du travail marocain ;
- **Objectif 2** : Promouvoir le programme MENTOR2 comme une voie sûre et légale vers l'acquisition de compétences professionnelles et l'amélioration des perspectives d'emploi des bénéficiaires ;
- **Objectif 3** : Informer les jeunes sur les opportunités offertes par le projet, les critères de sélection, les modalités de participation et les dispositifs d'accompagnement disponibles. Les supports de communication concernant cet objectif devraient avoir un contenu vidéo et écrit ;
- **Objectif 4** : Impliquer les institutions, les entreprises et les acteurs de l'emploi dans la promotion du projet et la facilitation de l'insertion professionnelle des stagiaires de retour.

IV- Cibles de la Communication

- Jeunes (18-35 ans) : Étudiants, diplômés, jeunes professionnels intéressés par une expérience professionnelle à l'étranger en vue de développer de leurs compétences.
- Institutions : Ministères, acteurs territoriaux, agences de l'emploi, organismes de formation, acteurs de la société civile impliqués dans l'insertion professionnelle et la migration.
- Entreprises : TPE, PME, grandes entreprises des secteurs identifiés comme stratégiques pour la coopération économique entre l'Italie et le Maroc.

PROJECT CO-FUNDED BY
THE EUROPEAN UNION



PROJECT IMPLEMENTED BY
THE CITY OF MILAN



MentOR2

Mediterranean Network for Training Orientation to Regular migration

V- Livrables Attendus

1. Stratégie de Communication

- Une analyse approfondie de la communication actuelle du Projet Mentor 2, accompagnée d'un diagnostic de sa perception par les différentes parties prenantes ;
- Définition des messages clés, percutants et adaptés aux différents publics cibles ;
- Identification des canaux de communication les plus pertinents (réseaux sociaux, médias traditionnels, événements, relations publiques, etc.) ;
- Adoption d'un plan de communication détaillé et budgétisé, ainsi que le calendrier de mise en œuvre ;
- Conception et production Multimédia (par exemple, vidéos et infographies) et conception et production d'imprimés.

2. Conception de Contenus

Le prestataire devrait adopter une approche mixte qui combine les canaux de communication digitaux et traditionnels pour maximiser l'impact :

- Matériel vidéo de témoignages inspirants des bénéficiaires mettant en évidence leurs expériences et l'impact positif du programme sur leur parcours professionnel et entrepreneurial, ainsi que d'autres vidéos pouvant promouvoir les activités réalisées au cours de la dernière période.
- Des outils de communication multilingues et pertinents destinés à une diffusion à travers les réseaux sociaux ;
- Des supports de communication multilingues *print* et digitaux pour une diffusion large et efficace (brochures, affiches, flyer, etc.).

3. Communication événementielle

- Communication *print* et digitale sur l'événement « Job Days » prévu le 9-10 octobre 2024 au Maroc (Affiches thématiques, banderoles, signalétiques, flyers, vidéos...) ;
- Communication *print* et digitale sur l'évènement « Conférence finale du Projet Mentor 2 » prévu le 12 octobre ;

PROJECT CO-FUNDED BY
THE EUROPEAN UNION



PROJECT IMPLEMENTED BY
THE CITY OF MILAN



MeNtOR2

**Mediterranean Network for Training
Orientation to Regular migration**

4. Relations Presse

- Rédaction et diffusion de communiqués de presse percutants pour susciter l'intérêt des médias nationaux et locaux.
- Organisation d'interviews et de rencontres avec les journalistes pour assurer une couverture médiatique optimale.

5. Suivi et Évaluation

- Mise en place d'outils de suivi pour mesurer l'impact de la campagne (nombre de vues, partages, retombées médiatiques, etc.).
- Analyse des résultats et élaboration de recommandations pour optimiser les prochaines actions de communication.

VI- Profil de l'agence recherchée

Le présent appel d'offre pourra être attribué à un consultant individuel ou un bureau d'étude rassemblant les compétences ci-dessous :

- Une expérience significative dans la gestion de campagnes de communication similaires ;
- Une expertise en production de contenu multimédia et gestion des réseaux sociaux ;
- Préférable bonne connaissance du contexte marocain et des questions liées à l'emploi des jeunes et à la migration ;
- Un solide réseau de contacts des médias nationaux et locaux ainsi qu'auprès des institutions et des entreprises ;
- La capacité de travailler en équipe et de s'adapter aux contraintes du projet.

VII- Budget et Calendrier

Le budget prévisionnel pour cette campagne est de 80 100,00 DH. Un calendrier détaillé comportant les délais des missions et des paiements sera transmis au prestataire sélectionné.

PROJECT CO-FUNDED BY
THE EUROPEAN UNION



PROJECT IMPLEMENTED BY
THE CITY OF MILAN



MentOR2

**Mediterranean Network for Training
Orientation to Regular migration**

VIII- Processus de Sélection

Les candidatures seront évaluées selon les critères suivants :

- Compréhension des enjeux du projet et adéquation de la proposition avec les objectifs de la campagne ;
- Créativité, originalité et pertinence de la stratégie de communication proposée.
- Qualité des contenus et des supports de communication présentés dans le portfolio.
- Expérience et expertise de l'agence dans le domaine de la communication sociale et dans le contexte marocain.
- Compétitivité du budget et réalisme du calendrier proposé.

IX- Confidentialité et propriété des livrables

Le prestataire sélectionné s'engage à respecter le principe de confidentialité concernant toute information qui lui sera communiquée dans la cadre de cette prestation de service.

Tous les livrables conçus par l'attributaire sont la propriété exclusive de la Fondation Soletterre.

X- Modalités de Candidature

Les agences intéressées sont invitées à soumettre leur candidature avant le 04 août 2024 à 18h00 comprenant :

- Une présentation de l'agence et de ses références pertinentes.
- Un portfolio de réalisations similaires démontrant leur expertise en communication sociale et leur capacité à produire des contenus de qualité.

Un budget détaillé et un calendrier de réalisation précis.

- Les CV des membres de l'équipe qui seront impliqués dans le projet.
- Documents administratifs de l'agence

Les documents ci-dessus doivent être envoyés à l'adresse suivante : maroc@soleterre.org en indiquant en objet « Conseil en communication Mentor 2 ».

PROJECT CO-FUNDED BY
THE EUROPEAN UNION



PROJECT IMPLEMENTED BY
THE CITY OF MILAN

