



ELABORER UNE STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION ET LA CRÉATION DE LA DEMANDE DE DÉPISTAGE DU VIH, DES HV ET DE SYPHILIS

TERMES DE REFERENCES POUR LE RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT

Activité n°13108

I. CONTEXTE

L'épidémie du VIH au Maroc est hétérogène et concentrée parmi les populations clés (Professionnelles du sexe, Hommes qui ont des rapports sexuels avec les hommes, personnes qui s'injectent les drogues, migrants en situation irrégulière et prisonniers) qui abritent plus de 67% des nouvelles infections tandis que 25% des nouvelles infections se produisent parmi les populations à faible risque. L'épidémie est principalement urbaine, touchent plus les hommes et les jeunes entre 25 et 49 ans. La transmission est principalement sexuelle (95%) et par voie de drogues injectable au nord du Maroc (Nador et Tétouan).

Le plan stratégique national intégré de lutte contre le VIH, les infections sexuellement transmissibles et les hépatites virales (PSN) 2024-2030, s'inscrit dans la vision de l'élimination des trois épidémies comme menace de santé publique à l'horizon de 2030 et s'est fixé d'atteindre les objectifs 95-95-95 pour le VIH, à savoir 95% des Personnes vivant avec le VIH (PVVIH) qui connaissent leur statut sérologique, 95% parmi eux sous traitement antirétroviral (ARV) et 95% de ces derniers qui arrivent à la suppression de la charge virale.

Des efforts considérables ont été consentis pour l'élargissement et la diversification de l'offre de dépistage du VIH et de l'hépatite virale C. Le dépistage de la syphilis auprès des femmes enceintes et des populations clés a été renforcé. L'acquisition des tests rapides de l'HVB est prévue en 2025.

Une stratégie nationale de dépistage du VIH a été élaboré en 2016, dont le premier axe stratégique est la « Création de la demande ». Cet axe se décline en 6 volets : 1) Une stratégie de communication sociale ; 2) la promotion des tests dans les services de santé publique et communautaire, ainsi que la promotion de l'autotest ; 3) la mise à disposition de l'information personnalisée ; 4) la mobilisation par les pairs ; 5) la notification assistée des partenaires des PVVIH et enfin, 6) les campagnes nationales et régionales de sensibilisation et de dépistage.

La « Création de la demande » autour du dépistage reste d'une importance capitale et déterminante car elle conditionnerait l'utilisation du service et aurait donc une implication directe sur les indicateurs de performance et de couverture des différentes populations cibles.

Jusque-là, la communication pour la création de la demande de dépistage est restée relativement passive et peu structurée et dont l'envergure est limitée dans l'espace et/ou dans le temps, avec une couverture insuffisantes ou inadaptée de certaines populations cibles , notamment, les hommes et parmi eux les clients des professionnelles de sexe, les jeunes, ainsi que toutes les personnes à faible risque VIH, bien portantes, qui ont peu de chance de consulter spontanément les structures de santé ou les structures communautaires où elles se verraient proposer le test.

Une stratégie de communication globale qui dépasse le contexte sanitaire et qui prend en considération les différents contextes et besoins spécifiques et préférences des populations cibles semble nécessaire pour promouvoir les changements de comportements souhaités et pour pouvoir rattraper les 17 points nécessaires pour atteindre le premier 95% des PVVIH qui connaissent leur statut (78% en 2024) et les objectifs de l'élimination de la transmission mère enfant du VIH, de l'HVB et de la syphilis.

A cet effet, la Direction de l'Epidémiologie et de Lutte contre les Maladies prévoit le recrutement d'un consultant pour l'assister dans l'élaboration d'une stratégie de communication sociale adaptée et cohérente pour la création de la demande de dépistage du VIH, des HV et de la syphilis.

II. OBJECTIFS

1. Objectif Général

Elaborer une stratégie de communication sociale cohérente et adaptée aux différents contextes et types de population cible, pour la création de la demande de dépistage du VIH, des HV et de la syphilis.

2. Objectifs Spécifiques

1. Conduire un diagnostic et une analyse de la situation en matière de communication autour du VIH des HV et des IST en général et du dépistage de ces infections en particulier, en pointant les forces et les insuffisances et en identifiant les acteurs qui y contribuent, ainsi que les acteurs potentiellement mobilisables ;
2. Elaborer une stratégie de communication pertinente, globale et intégrée, visant des comportements recherchés et l'atteinte de 95% des PVVIH qui connaissent le statut sérologique pour le VIH en 2030 et l'amélioration du dépistage de la syphilis et des HV, prenant en considération la diversité des populations cibles, ainsi que leurs besoins et préférences, pour créer et maintenir la demande de dépistage du VIH et pour améliorer le retesting du VIH auprès des populations clés ;
3. Elaborer un plan de mise en œuvre concret, pratique et détaillé de cette stratégie de communication, avec définition des activités, des acteurs et des échéances à adapter aux spécificités régionales et estimation budgétaire nécessaire.

III. TÂCHES À RÉALISER PAR LE CONSULTANT

Le consultant travaillera en étroite collaboration avec le comité de suivi de cette consultation, composé de la DELM (DMT, PNLs, PNLHV, UGFM), DI-Com, Représentants des DRS, ONGs thématiques, Représentant Population clés, représentant des PVVIH. Il aura pour mission de réaliser les tâches suivantes :

- Conduire une méthodologie et une analyse approfondie de la documentation nationale et internationale ainsi qu'une analyse situationnelle pour identifier les leviers d'une communication efficace pour la création de la demande en matière de dépistage du VIH, IST et HV et la promotion du re-testing du VIH ;
- Conduire un état des lieux de la communication en matière de dépistage du VIH, des HV et de la syphilis dans le contexte national et analyser sa pertinence et son efficacité pour la création de la demande des services de dépistage, et ce en effectuant des entretiens et des focus groups avec les acteurs clés notamment, les populations clés, les PVVIH, les acteurs communautaires et autres acteurs identifiés pour prospecter le terrain et identifier les stratégies qui seraient potentiellement les plus efficaces dans le contexte national, pour chaque type de population concernée ;
- Elaborer un draft de stratégie de communication pour créer la demande de dépistage du VIH, des HV et de la syphilis, ainsi qu'un Plan d'action de mise en œuvre ;
- Animer un atelier de validation de la stratégie et du plan d'action de mise en œuvre avec les principaux partenaires ;
- Elaborer le document final de la stratégie de communication et du plan de mise en œuvre, intégrant les recommandations du comité de suivi et de l'atelier de validation.

IV. LIVRABLES

1. Note méthodologique.
2. Rapport de diagnostic de la situation ;
3. Rapport provisoire de la stratégie de communication format world et version résumé de 8 pages.
4. Supports PPT d'animation de l'atelier et canevas des exercices à mener.

V. DUREE ET MODALITES DE LA CONSULTATION

Cette consultation est prévue entre Octobre et Décembre 2024 pour une durée de 21 jours, répartis à titre indicatif comme suit :

Tâches	Nombre de jours
Méthodologie	01
Revue documentaire, entretiens, visite de terrain	08
Rédaction de la version draft de la stratégie et du PA	08
Animation de l'atelier de validation	02
Finalisation de la stratégie et du PA	02
Total	21 jours

VI. QUALIFICATIONS ET EXPERTISE

Le (La) consultant (e) doit répondre aux qualifications suivantes :

- Ayant un diplôme d'étude supérieure et une expérience solide en communication, notamment, la communication dans le cadre du marketing social et pour le changement de comportement ;
- Ayant une bonne connaissance de la problématique des IST-VIH-sida et des HV et du contexte national de contrôle et de lutte contre ces épidémies ;
- Ayant une très bonne expérience des stratégies de communication et de leur mise en œuvre ;
- Ayant une maîtrise parfaite de la langue arabe, y compris l'arabe dialectal, et de la langue française et de très bonnes capacités de communications et d'animation.

VII. MODE ET DATE DE PAIEMENT

Le contrat sera établi dans le cadre du programme d'appui du Fonds mondial - Maroc - subvention MAR-C-MOH.

La rémunération s'entend :

- Brute avant déduction de la retenue à la source de 11% par la banque pour les personnes physiques et morales-Prestataires étrangers et 30% pour les personnes physiques-Prestataires résidents au Maroc.
- Nette pour les Autoentrepreneurs et les personnes morales-Prestataires résidents au Maroc. Le Ministère se charge des démarches auprès de la DGI pour l'obtention de l'attestation d'exonération sur la base de la facture proforma à préparer par le Prestataire.

VIII. PIECES A FOURNIR

Tout(e) candidat(e) intéressé(e) devra envoyer le dossier, au plus tard **le 17 Octobre 2024 à minuit**, à l'adresse suivante : Direction de l'Epidémiologie et de Lutte contre les Maladies, Service des MST Sida, 71, Avenue Ibn Sina, Agdal, Rabat ; ou aux adresses électroniques : programmesida@gmail.com et f.gomri@programmefondsmondial.ma, en mettant dans l'objet de l'email : **TDR Elaborer une stratégie de communication pour la promotion et la création de la demande de dépistage du VIH, des HV et de Syphilis.**

Le dossier doit comprendre :

- Un CV détaillé, mettant en exergue les expériences relatives à la thématique de la consultation,
- Une Note méthodologique comportant une description de la méthodologie de travail qui sera adoptée pour répondre aux termes de la consultation ;
- Une Proposition financière.