



## Appel à candidature pour le recrutement d'un expert ou cabinet de conseil Pour l'élaboration et le développement de la stratégie de communication & Branding digital du collectif

### TERMES DE REFERENCE

#### 1. Contexte de la mission :

Le « Collectif HAKAMA pour Promouvoir du budget ouvert » est une dynamique civile regroupant des organisations de jeunesse, des associations de défenses des droits des femmes, des centres de recherches, œuvrant pour la promotion de la gouvernance ouverte, participative et inclusive au Maroc. De ce capital d'expériences, de savoirs et de synergies, est née l'idée de formaliser une dynamique collective sous le nom de Collectif HAKAMA, afin de mutualiser les efforts et les expertises des organisations engagées sur les thématiques du budget ouvert, de la redevabilité publique et de la gouvernance participative sensible au genre et aux besoins des jeunes.

Aujourd'hui, le collectif réunit plus de vingt organisations de la société civile réparties sur différentes régions du Maroc, vise à renforcer la culture de la gouvernance ouverte, inclusive et responsable, et de la redevabilité publique tout en outillant les organisations de la société civile pour qu'ils deviennent des acteurs du changement et du suivi citoyen des politiques publiques.

Le mandat du Collectif HAKAMA consiste à promouvoir des pratiques innovantes de gouvernance budgétaire et de participation citoyenne à travers :

- La sensibilisation et la formation des jeunes et OSC sur le budget ouvert et la redevabilité publique ;
- La contribution à la veille, au suivi et à l'analyse des politiques publiques locales et nationales;
- La promotion de la transparence, de l'inclusion et de la participation, avec une approche sensible au genre et aux droits humains.

Bien que le collectif ne soit pas encore structuré juridiquement, il fonctionne grâce à un mécanisme de coordination nationale assuré par l'AJJ (chef de fil), avec l'implication des représentants des associations membres dans la conception et la mise en œuvre des activités, chaque action collective est portée administrativement et financièrement par l'une des associations membres, tout en valorisant l'identité et la visibilité du Collectif HAKAMA.

Dans la perspective de consolider cette initiative collective et de renforcer le plaidoyer autour des thématiques du budget ouvert, de la redevabilité publique et de la gouvernance participative sensible au genre et aux besoins des jeunes, la création d'une structure formelle de coalition s'impose comme une étape stratégique. Cette formalisation offrirait un cadre stable et reconnu pour :

- Instaurer un système de gouvernance clair, transparent et redevable.
- Renforcer la crédibilité et la confiance auprès des partenaires techniques, financiers et institutionnels.

- Devenir une force de proposition structurée et influente auprès des décideurs dans les thématiques d'intervention.
- Rassembler et coordonner les efforts des OSC membres de la coalition afin de renforcer la synergie et la complémentarité de leurs actions.
- Optimiser la mobilisation des ressources financières, humaines et techniques.
- Encourager la mutualisation des compétences, des outils et des bonnes pratiques entre les membres.

La transition d'une coalition informelle vers une structure formelle et organisée constitue une étape essentielle pour garantir sa pérennité, renforcer son efficacité et accroître son impact. Elle contribuera également à consolider la cohésion, la solidarité et la synergie entre les OSC membres.

Au fur et à mesure de la consolidation des mécanismes de gouvernance, en particulier ceux liés à la coordination, à la répartition des responsabilités et au cadre opérationnel, la coalition sera en mesure d'accueillir d'autres organisations engagées dans le domaine de la gouvernance budgétaire. Cette dynamique d'élargissement s'inscrira dans une logique de coopération et de mutualisation des efforts, avec pour ambition de constituer une force collective de la société civile capable de contribuer de manière significative à la promotion du budget sensible au genre.

Dans le cadre, du Projet « AMUSSU » Promouvoir le pouvoir d'agir de la société civile au Maroc pour la bonne gouvernance, l'environnement et le climat », porté par l'association Migration et Développement en consortium avec l'AESVT-Maroc et Cooperazione per lo Sviluppo dei Paesi Emergenti (COSPE) et financé principalement par l'Union Européenne, Le « Collectif HAKAMA pour Promouvoir du budget ouvert » a bénéficié d'une subvention pour la mise en œuvre du Plan de Renforcement des Capacités ayant comme objectif général : " Le Collectif devient un acteur structuré et influent, capable de renforcer la participation citoyenne dans les mécanismes de gouvernance ouverte et de transparence budgétaire, contribuant ainsi à l'émergence de politiques publiques équitables, inclusives et intégrées au Maroc, grâce à une orientation stratégique claire et au renforcement des compétences de ses membres..".

Dans cette perspective, le « Collectif Hakama pour un budget ouvert » cherche à développer et améliorer sa stratégie de communication & Branding digital du collectif. La présente mission s'inscrit dans le cadre du processus de renforcement des capacités internes afin de donner une visibilité à sa posture d'acteur de changement démocratique, son rôle, ses missions, ses résultats ses contributions, le « Collectif Hakam » a envisagé de se doter d'une stratégie de communication qui s'aligne sur le nouveau plan stratégique en cours de conception pour la période 2026/2030, ceci pour améliorer la visibilité du réseau et renforcer sa communication avec ses partenaires.

## **2. La mission du (de la) Consultant(e)**

Il s'agit dans ce cadre, d'accompagner le Collectif Hakama pour l'élaboration de son plan stratégique 2026- 2030

### **A. Objectif Global de l'action (mission) :**

L'objectif principal de l'action est d'accompagner le Collectif Hakama pour consolider son positionnement en tant qu'acteur crédible et influent de la gouvernance ouverte grâce à une communication stratégique renforçant sa visibilité et la valorisation des résultats de ses membres.

### **B. Les objectifs spécifiques**

- 1 Réaliser un diagnostic des outils et pratiques de communication actuels et Identifier et cartographier les publics cibles (partenaires, bénéficiaires, grand public).
- 2 Définir les messages clés et l'axe de communication et proposer un plan d'action et des outils de communication (digitaux et physiques).
- 3 Assurer une formation des membres sur la communication stratégique, relations médias, communication digitale.
- 4 Développer le web site et réseaux sociaux du Collectif.

### C. Résultats Attendus

- 1 Le collectif HAKAMA dispose d'une stratégie de communication
- 2 Les outils et supports de la communication du collectif sont améliorés et leur utilisation appropriée
- 3 Le collectif développe son positionnement au sein son environnement

### 3. Prestation, livrables attendus et la durée

Prestation demandée.

- A. Élaboration et développement d'une stratégie et d'un plan de communication et relations publiques qui devraient inclure :
- 1- Un diagnostic sur la communication du Collectif (les opportunités et les enjeux)
  - 2- Une charte graphique et des outils de communication (online et offline) et les modèles de communiqués, templates visuels, guides médias, charte graphique, etc.).

Nombre de jours : 10 jours

N°	Type de livrable	Caractéristiques	Echéance pour la livraison
1	Note méthodologique Planning d'exécution	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mise à jour de la méthodologie pour l'élaboration du plan de communication</li> </ul>	2 jours après la signature du Contrat
2	Élaboration et développement de la stratégie de communication & Branding digital du collectif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analyser les documents référentiels</li> <li>• Analyser l'environnement externe du Collectif Hakama dans le cadre de questionnaires/atelier/ rapports ou en procédant à des interviews auprès des acteurs externe</li> </ul>	7 jours après l'approbation
3	Organisation d'un Atelier de travail participatif de conception de la stratégie de communication	Préparer et animer un atelier Rapport de l'atelier	1 journée de préparation 2 Jours d'animation 1 Journée de rapport
4	Développement d'un site web et des espaces sur les réseaux sociaux du collectif (Expert /cabinet 9 jours)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer un site</li> <li>• Un site web opérationnel</li> </ul>	9 Jours d'animation

### 4. Profil recherché

Un ou une équipe de consultants peuvent participer à cette consultation. Les consultants intéressés doivent répondre aux critères suivants :

Formation, Expérience ; Connaissances	<ol style="list-style-type: none"> <li>1- Experts en communication, marketing ou journalisme avec formation universitaire avancée (Master ou diplôme équivalent en communication);</li> <li>2- Une expérience professionnelle au moins de 5 ans dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies et de plans de communication institutionnelle et de relations publiques ;</li> <li>3- Expérience confirmée avec le secteur associatif et des ONG, et solide.</li> <li>4- Excellentes compétences en communication écrite et orale (français et arabe ; la maîtrise de la langue Amazighe est un atout).</li> <li>5- Références similaires démontrables. 6. Maîtrise de la communication digitale et des outils digitaux (réseaux sociaux</li> </ol>
--	--

## Critères de sélection

40%	Expérience du candidat(e) : Conduite des missions de planification stratégique.
15%	Compréhension de la mission
30%	Offre financière
15%	Equipe à mettre en place

## 5. Soumission de la candidature

### Dossier de candidature

- Le Cv mise à jour du consultant, et/ou l'équipe.
- Note méthodologique détaillé.
- Proposition financière détaillée.

Les dossiers de candidature doivent être envoyés avant le 31 Mai 2026 par mail à l'adresse électronique suivante : [activites@ajj.org.ma](mailto:activites@ajj.org.ma)