

Termes de référence

Mise en place d'une stratégie de communication du MNDPT

1. Contexte et justification

Dans le cadre de la réalisation du Velirano 11 sur la modernisation de Madagascar, le gouvernement Malagasy s'est engagé à asseoir une Administration de proximité efficace, au service de la population. Le Ministère du développement Numérique, de la transformation Digitale, des Postes et des Télécommunications, comme pilote de la modernisation et de la transformation digitale de l'administration publique, fait face à différents défis et enjeux. Afin de pouvoir mener à bien ce chantier révolutionnaire, il est important de mettre en place des outils d'accompagnement et de communication clairs et efficaces. Dans ce cadre, le MNDPT se doit de trouver des agences de communication pouvant l'épauler dans cet accompagnement au changement. Pour ce faire, la stratégie de communication institutionnelle devra regrouper l'ensemble des actions visant à promouvoir efficacement les travaux du ministère, vis à vis des autres ministères, des partenaires, du personnel, des différentes parties prenantes nationales et internationale et enfin du grand public.

2. Objectif de la mission

Le mandat a pour objet d'accompagner le Ministère du Développement Numérique, de la Transformation Digitale, des Postes et de la Télécommunications (MNDPT) dans sa démarche d'information, d'éducation pour le changement et communication. Le(s) prestataire(s) se doi(ven)t de développer la stratégie de communication et de concevoir les outils qui sont décrits dans les présents Termes de Référence.

3. Résultats attendus

Les résultats attendus de la mission sont comme suit :

- Une stratégie de communication claire et précise disponible et tenant en compte les besoins identifiés par une évaluation préalable du positionnement du ministère et des impératifs posés par la réalisation de la vision de l'Etat (Velirano 11)
- Une amélioration de la visibilité du Ministère auprès des diverses parties prenantes, aussi bien au sein du gouvernement qu'externe
- Un renforcement des capacités de la Direction de la Communication et du Partenariat et des Attachés de Presse à travers la mise en place d'un plan de formation et la mise à disposition de curricula de formation
- Des outils de communication améliorés et disponibles, notamment la qualité des événements reliés aux projets ou encore la disponibilité de publiereportages, etc.

4. Missions et attributions

Le(s) prestataire(s) sera/seront en charge de participer à la définition de la politique de communication interne et externe du Ministère. Il appuiera ce dernier dans la mise en place d'une stratégie de communication ministérielle pleinement alignée avec les visions du Ministère ainsi que le plan stratégique nationale l'Etat d'une manière générale.

Entre autres, la mission se découlera sur les points suivants :

1. Comprendre l'environnement numérique malagasy afin d'être force de propositions sur la communication du Ministère
2. Elaborer un plan de communication au travers de canaux de communication innovants et adapté aux cibles, comprenant le budget les impacts attendus
3. Accompagner à la mise en œuvre de ce plan de communication
4. Élaborer et mettre en œuvre une formation du personnel de la Direction de la Communication et du Partenariat et des Attachés Presse dans le cadre de la communication politique
5. Organiser une série de webinaires afin de sensibiliser les publics identifiés comme cible sur les activités ayant attrait aux sous-secteurs du MNDPT

5. Durée de la mission

A la suite de la validation de la stratégie de communication, il est nécessaire que le(s) prestataire(s) puisse(nt) former les ressources humaines en charge de la communication du ministère.

- Durée : 1 mois
- Formation en communication politique
- Langue : malagasy et française

De même, pour appuyer l'amélioration de la visibilité du ministère, on identifie déjà la mise en œuvre d'une série de webinar à thématique en rapport avec les sous-secteurs du MNDPT, seront organisés

- Nombre de webinar : 04
- Durée : 1 mois

6. Qualifications et profils de(s) prestataire(s)

6.1 Méthodologie

Chaque agence postulant devra proposer une méthodologie et un chronogramme bien détaillés et proposer des outils de travail qui cadrent avec les activités du Ministère.

6.2 Responsabilités

Sous la supervision du Ministre et/ou de son Directeur de Cabinet, le(s) prestataire(s) est/sont appelés à livrer leur prestation en conseil, en formation en événementiel, en conception et production selon les dispositions suivantes :

- Comprendre les sous-secteurs du MNDPT et en analyser les problématiques, les risques et les contraintes
- Concevoir, produire et mettre en œuvre les webinaires
- Définir le format et la tonalité adéquate des opérations de communication entrant dans le cadre d'intervention de l'agence
- Former les membres de la Direction de Communication et du Partenariat ainsi que les attachés de presse aux techniques et outils modernes de la communication politique.

6.3 Qualifications requises

L'agence doit remplir les qualifications suivantes :

- avoir au moins 8 ans d'expérience dans la communication/marketing
- avoir effectué au moins 2 prestations d'élaboration de stratégie de communication
- posséder un spécialiste en stratégie digitale, avec au moins 3 ans d'expériences dans la communication institutionnelle
- posséder un spécialiste en presse et média, avec au moins 3 ans d'expériences dans la communication institutionnelle
- posséder un spécialiste artistique/création avec au moins 3 ans d'expérience dans la création de contenu IEC
- posséder un spécialiste en communication, ayant une expérience avérée dans l'accompagnement d'élaboration de stratégie de communication qui démontre une bonne capacité à officier en tant que formateur
- posséder un spécialiste en anthropologie, ayant déjà effectué des travaux de recherche dans le cadre de projet de transformation digitale

7. Norme d'exécution des prestations et confidentialité

7.1. Normes d'exécution des prestations

Le Cabinet retenu exécutera les prestations et remplira ses obligations avec diligence et efficacité, conformément aux techniques et pratiques généralement admises en la matière.

7.2. Confidentialité

Les soumissionnaires sont tenus de respecter la confidentialité de l'ensemble des informations communiquées.

8. Livrables

Ce chantier est destiné à élaborer un diagnostic, suivi de recommandations, d'un chronogramme et d'une budgétisation portant sur la stratégie de communication du ministère sur les 12 prochains mois

- Analyse de l'existant
- Cartographie dynamique des publics-cibles
- Document de stratégie général et son plan d'exécution se déclinant trimestriellement
- Notes stratégiques trimestrielles

Au regard des objectifs de la mission, il est attendu que le(s) prestataire(s) fournis(sent) des livrables en version électronique sur CD/DVD en 3 exemplaires et 2 clé USB suivants :

Rapport de démarrage comprenant:

- la note de cadrage de la mission

Rapport intermédiaire rapportant:

- le document de stratégie de communication du Ministère incluant le plan de mise en œuvre;
- le plan de communication décrivant les outils de communication;

Rapport final:

- le rapport de formation incluant l'évaluation des formations et l'accompagnement des bénéficiaires
- les rapports sur les événements du ministère notamment ceux des webinaires

Rapport de synthèse de la mission