

REFERENCE	Appel à consultation N°06/ONDH/ONU/2017
OBJET	Sélection d'une agence de communication pour la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication externe de l'ONDH
TITRE	Conception et mise en œuvre d'un plan de communication
PROJET	Programme Conjoint ONDH/ONU
LIEU	Siège de l'ONDH à Rabat

**TERMES DE REFERENCES RELATIFS A LA CONCEPTION ET LA MISE EN OEUVRE
D'UN
PLAN DE COMMUNICATION**

Contexte

L'ONDH a pour missions principales l'analyse et l'évaluation des politiques publiques de développement humain au Maroc en vue de mesurer leurs effets sur les conditions de vie des populations vulnérables.

La mission de veille, du suivi et d'évaluation des politiques publiques en matière de développement humain au Maroc s'accompagne aussi par une demande forte pour la production et l'analyse permanentes de données du développement humain.

La question qui se pose est de savoir comment la communication peut-elle renforcer le positionnement de l'ONDH et favoriser la diffusion de la culture de l'évaluation des politiques publiques en matière de développement humain au Maroc. Pour répondre à cette question, un plan annuel de communication de l'ONDH s'impose pour une plus grande visibilité et un meilleur positionnement institutionnel.

Partant d'une analyse qualitative de la pratique de la communication actuelle au sein de l'ONDH et d'une lecture des principaux documents produits jusqu'à présent, il s'agit de mettre en œuvre des actions de communication dans une perspective du renforcement du rôle et la visibilité de l'ONDH en tant qu'outil de suivi et d'évaluation des programmes et politiques publiques en matière de développement humain au Maroc.

Article 1 : Objet de la consultation

La consultation a pour objet de sélectionner une agence de communication pour la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication externe de l'ONDH en conformité avec sa stratégie de communication et son plan stratégique (2016-2020).

Article 2 : Objectifs du Plan de communication de l'ONDH

Le plan de communication doit être décliné à partir d'une vision globale, elle-même issue du positionnement institutionnel et du socle des valeurs de l'ONDH. Ce plan devra être structuré et décliné en mode opératoire fonctionnel qui prend en charge le positionnement, les attentes et la perception qu'ont les publics cibles de cette institution nationale.

La mise en œuvre du plan de communication doit être pensée et élaborée dans le cadre d'une approche privilégiant les principes de la gestion axée sur les résultats.

Ce plan devra être précédé par un exercice d'identification des principales cibles déclinées à travers une cartographie des parties prenantes livrant le degré d'influence de celle-ci sur la perception des actions de l'ONDH.

Le plan d'action déclinera également des objectifs précis et quantifiables ainsi que les moyens techniques et les ressources humaines et financières à même de réaliser ces objectifs.

Les ressources humaines proposées par le prestataire doivent apparaître dans un organigramme définissant le plan de charge de l'équipe dédiée et les fonctions qui leur incombent dans cette répartition fonctionnelle.

L'objectif principal du plan de communication est de permettre à l'ONDH d'accroître sa visibilité et son influence ; de renforcer son positionnement institutionnel et de contribuer à la diffusion de la culture de l'évaluation des politiques publiques.

Un traitement spécifique des composantes du plan d'action devra être réservé à l'investissement de l'espace des médias web et des réseaux sociaux.

Objectif qualitatif 1 : Positionner l'ONDH dans son environnement institutionnel

- ✓ Accroître la visibilité de l'ONDH en tant qu'institution d'évaluation des politiques publiques en matière de développement humain au Maroc et le faire connaître par les décideurs, les partenaires et l'opinion publique en général en tant qu'institution qui répond à leurs besoins en termes d'analyse et d'évaluation ;
- ✓ Accompagnement de l'équipe interne de l'ONDH pour le développement d'un noyau de partenaires médias sensibles aux thèmes de Développement Humain et de l'évaluation ;
- ✓ Adapter les produits de l'ONDH aux différentes audiences, publics-cibles, en prenant comme base les études et les publications de l'ONDH.

Objectif qualitatif 2 : Développer une communication digitale

- ✓ Accroître la visibilité de l'ONDH dans les médias sociaux ;
- ✓ Actualiser le site web de l'ONDH et augmentation du taux d'audience ;
- ✓ Veiller à garder une synergie entre les différentes actions de plaidoyer et de communication (évènementiel scientifique, stratégie digitale et publications).

Article 3 : Désignation du maître d'ouvrages

Le maître d'ouvrage est l'Observatoire National du Développement Humain

Article 4 : Matrice de résultats de la prestation

Pour chacun des deux objectifs mentionnés dans l'article 3, une batterie d'actions devra être élaborée et mise en œuvre. Ces actions pourront être modifiées/complétées par les préconisations du prestataire après signature du contrat de prestation de service et par accord écrit sous forme d'avenant. Les cibles figurants dans la matrice des résultats constituent les livrables trimestriels à respecter.

Situation actuelle	Actions à mener	Indicateur	Cibles T4-2017	Evidence
Nombre réduit des visiteurs du site web	Hausse du nombre de visites sur le site web (Optimisation du site pour le référencement naturel, Optimisation SEO pour améliorer le positionnement sur Google et les moteurs de recherche, Mise en place des outils pour le suivi De l'audience et la performance du site...)	Nbr de visites sur le site web par trimestre	6000	Rapport analytique par trimestre spécifiant le nombre de visites par trimestre
Site web n'est pas mis à jour systématiquement	Actualiser et alimenter le site web	Mettre à jour le Site web	Mis à jour constatée du Site web	Nouvelle charte graphique ; Site web mis à jour

Version arabe inactive	Activer la version arabe du site web ; back office livré à l'équipe ONDH	Version arabe disponible au grand public	Version arabe disponible au public	Site web, version arabe
Compte Twitter inexistant	Création et gestion d'un compte twitter (tweets en arabe et en français). Plus tard en anglais. Abonnement aux grandes institutions de recherche sur le développement humain au niveau mondial	Nbr de tweets par trimestre Nbr d'abonnés	100 100 000	Rapport analytique trimestriel du compte twitter et capture chaque trimestre pour vérification des abonnés et du nombre d'abonnés
Compte existant mais non alimenté	Gestion, alimentation et sponsorship du compte facebook	Nbr de likes par trimestre	10 000	Rapport analytique trimestriel du compte Facebook relooké
Bulletin d'information diffusé en retard	Diffusion des bulletins d'information	Nbr de bulletins d'information diffusés	1	Les bulletins d'information
Faible présence des activités de l'ONDH dans la presse audiovisuelle et écrite	Présence accrue des activités de l'ONDH dans la presse audiovisuelle et écrite	Nbr d'articles d'analyse publiés dans la presse écrite par trimestre	20	Les articles
		Nbr d'articles de presse numérique diffusés par trimestre	20	Les articles
		Nbr de reportages vidéo et audios organisés par trimestre	2	Les enregistrements
Couverture médiatique existante mais non percutante	Couverture médiatique assurée lors des manifestations organisées	Revue de presse établies et analyse tactique des retombées média pour chaque événement organisé	5	Les revues
Aucune journée d'information organisée	Organiser une journée d'information ou table ronde destinée aux journalistes (club de la presse, Forum de la Map, etc.)	Nbr de journées d'information organisées	1	Les lettres d'invitations, les photos, les listes de présence
Aucune base de données	Etablir et mettre à jour une base de données des journalistes	Base de données établie	1	Livrer une base de données de contacts de journalistes qualifiée

Article 5 : Livrables

A l'issue de chaque trimestre, plus exactement 10 jours après la fin de chaque trimestre, le prestataire devra remettre à l'ONDH un rapport détaillé incluant la matrice des résultats propre au semestre ainsi que les évidences prouvant l'atteinte des cibles telle que mentionnées dans la matrice ci-dessus.

Livrable quatrième trimestre 2017 : rapport d'activités du quatrième trimestre avec la matrice de résultats renseignées

Article 6 : Profil du prestataire et contenu du dossier de candidature

➤ Profil du prestataire

Le prestataire souhaitant répondre à la présente consultation doit remplir les conditions suivantes :

- Expérience significative en matière de communication institutionnelle avec au moins cinq références avec des institutions similaires ;
- Dotation d'un carnet d'adresse bien fourni concernant les organismes de presse écrite, audiovisuelle et numérique sous la forme d'une base de données (contacts détaillés des journalistes, rédacteurs en chef, responsables éditoriaux) à fournir au maître d'ouvrage en tant que livrable ;

- Désignation dès le début du contrat d'une équipe permanente expérimentée dans le domaine de la communication institutionnelle conformément plan de charge proposé identifiant les fonctions de chaque personne ressource.
- Disposer d'une expérience avérée en matière de référencement et de positionnement des sites web sur les moteurs de recherche
- Expérience avérée en matière de communication digitale notamment dans le domaine du community management
- Expérience dans les genres journalistiques et les techniques de rédaction adaptée au web.
- Expérience dans la réalisation des infographies et mockups adaptés aux médias sociaux

➤ **Dossier de candidature**

1- Une Note précisant les éléments méthodologiques pour la réalisation du plan de communication ainsi que l'expérience du prestataire dans la réalisation de missions similaires. Les CV de l'équipe dédiée doivent être validés et dûment signés et légalisés par chaque membre de l'équipe. ;

2- Une note indiquant les moyens humains et techniques à mobiliser pour la réalisation de la mission ;

3- L'offre financière du concurrent devra comporter un bordereau estimatif détaillé des prix et des quantités de chacune des prestations.

Les prestataires intéressés par cette consultation voudront bien adresser leur dossier sous plis fermés à l'ONDH, Complexe Administratif de la fondation Mohammed VI de promotion des œuvres Sociales de l'Education-Formation, Immeuble A2-Avenue Allal El Fassi Madinat Al Irfane- Rabat-Maroc-BP 6836

Le délai de soumission des offres est fixé au 07 novembre 2017.

Seules les offres répondant aux critères susmentionnés seront prises en considération.