**Recrutement d’une agence de communication dans le cadre des activités PAGE 2021/2022**

« Appui au secteur du tourisme pour la relance des activités Post Covid19 »

1. **Contexte et justification**

La fin de l’année 2019 a été marquée par l’apparition, dans la province chinoise de Wuhan, de la maladie à coronavirus, qui s’est vite propagée dans le reste du monde par le flux de voyageurs. Les pays d’Afrique de l’Ouest n’ont pas été épargnés par cette pandémie qui a occasionné des bouleversements tant au niveau sanitaire, social qu’économique. Au Burkina Faso, les premiers cas au Burkina Faso de la COVID-19 ont été confirmés le 9 mars 2020. Depuis lors, la maladie a connu une expansion, qui a touché la quasi-totalité du pays. Pour rompre la chaine de transmission du virus, le Gouvernement a instauré des mesures barrières conventionnelles, mais surtout des restrictions dans les déplacements à l’intérieur et à l’extérieur du pays. Ces restrictions, prises également par de nombreux autres pays à travers le monde du fait de la pandémie, ont affecté l’ensemble des secteurs de l’économie, celui du tourisme en particulier, secteur par excellence de mouvements et de contacts.

Près de deux années après l’apparition de la COVID-19, le Burkina Faso, à l’image du reste du monde, conforté par les vaccins qui aident à prévenir la dangerosité de la maladie, apprend à remonter la pente. Il est désormais question de faire revivre les économies profondément plombées par la COVID-19 et ses restrictions. Dans le cadre de la relance économique, le gouvernement du Burkina Faso, en collaboration avec le Partnership for Action on Green Economy (PAGE) et les Nations Unies, a conçu un plan de travail portant sur la « Mise en œuvre de la fiscalité verte pour accompagner le plan de relance économique post-COVID, en particulier la relève des entreprise affectées par la pandémie de la COVID-19 ». Ce plan de travail vise, entre autres, à :

* Faire une évaluation exhaustive de l’impact de la COVID-19 sur les entreprises du secteur touristique, afin d’aider à l’identification et à la mise en œuvre des activités de relance économique, dans une approche fondée sur l’Economie verte inclusive ;
* Contribuer à créer un environnement propice à la reprise verte du secteur du tourisme, à travers l’évaluation et la mise en œuvre des politiques et mesures d'incitation et fiscales les plus pertinentes ;
* Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication.

En ce qui concerne la réalisation de ce dernier volet, le plan de travail envisage le recrutement d’une agence de communication, qui va définir et mettre en œuvre des activités de communication au profit du plan de travail.

Les présents termes de références ont été élaborés à cet effet.

1. **Description de la mission**

**2.1 Objectifs global et spécifiques**

**2.1.1 Objectif global**

Il s’agit pour l’agence de communication de concevoir et d’exécuter toutes les actions de communication du plan de travail afin de rendre visibles les actions menées, les résultats obtenus et leurs effets/impacts, et de faire promouvoir les thématiques d’intérêt du plan de travail.

**2.1.2 Objectifs spécifiques**

* Proposer un plan avec des activités de communication pertinentes, conformément aux attentes du plan de travail ;
* Identifier les canaux (médias pertinents) pour atteindre efficacement les cibles du plan de travail
* Assurer la visibilité des résultats/effets du plan de travail.
	1. **Tâches à réaliser par l’agence de communication**

Les tâches de l’agence de communication vont se décliner ainsi qu’il suit :

1. Elaborer et mettre en œuvre un plan de communication adossé aux PT des agences ;
2. Communiquer sur les activités majeures et les résultats des études ;
3. Créer et animer une page Facebook du plan de travail en collaboration avec les DCPM ;
4. Diffuser les guides sur le verdissement des entreprises du secteur touristique auprès des cibles privilégiées ;
5. Produire une documentation complète sur les activités menées et les résultats atteints par le plan de travail ;
6. Réaliser une vidéo synthèse des activités et principaux résultats atteints par le plan de travail.
7. **Déroulement et méthodologie**

**III.1. Déroulement**

La présente mission démarrera en novembre 2021 et s’achèvera le 30 juin 2022.

 **III.2. Méthodologie**

L’agence candidate présentera une méthodologie détaillée du service technique à fournir. Il est prévu une séance de cadrage avec la structure sélectionnée, avant la mise en œuvre opérationnelle du contrat, sous la supervision de la coordination du plan de travail.

1. **Livrables attendus**

L’agence de communication devra produire et fournir au plan de travail les livrables suivants comme résultats initiaux, intermédiaires et finaux de sa mission :

* Un plan de communication pour les Agences PAGE disponible ;
* Des rapports de communication sur les activités majeures et les résultats des études disponible.
* Page Facebook disponible et animée ;
* Des guides sur le verdissement des entreprises du secteur touristique diffusés ;
* Une vidéo synthèse des activités et principaux résultats atteints par le plan de travail disponible ;
* Un document synthèse des activités menées et des résultats atteints par PAGE.
1. **Qualifications et compétences requises**

Pour la présente consultation, il est fait appel à une agence spécialisée en communication ou à une Agence-Conseil, qui devrait répondre aux exigences suivantes :

* Être agréée par les structures compétentes du pays;
* Avoir au moins cinq (5) années d’expérience en matière de conception et de mise en œuvre de plan de communication ;
* Disposer des ressources humaines qualifiées pour ce type de travail ;
* Avoir les équipements techniques appropriés pour ce genre de travail.

La connaissance du paysage médiatique, de l'environnement socio-économique du secteur touristique serait un atout.

1. **Composition du dossier de candidature**

Les agences intéressées devront inclure dans leurs propositions les éléments suivants :

**a) Une offre technique**

1. Une note démontrant la bonne compréhension des présents Termes de Référence (1 page maximum) et une note de présentation de la méthodologie envisagée pour la réalisation de la mission (2 pages maximum) ;

2. Des preuves démontrant notamment la qualification pour la mission, et mettant en relief toutes les références pouvant l’attester, les pertinentes expériences dans les réalisations des missions similaires à celle de la présente consultance (la liste du personnel affecté à la mission et leur CV) ; ainsi que la citation des contacts mail et téléphone d’au moins 3 (trois) personnes de référence pouvant valablement attester des compétences dans le domaine (3 pages maximum) ;

**b) Une offre financière**

Une offre financière indiquant le budget global (hors taxes) sollicité pour mener la mission ainsi qu’un détail des prix et tarifs présentés (frais de conception, frais de production, etc.)

­­­­Les dossiers de candidatures doivent être déposées sous enveloppe fermée à l’adresse suivant…. au plus tard le …/…/2021, à 12 heures. Le dossier doit être présenté en français et doit porter la mention « Recrutement d’une agence de communication pour le plan de travail de relance post COVID-19 du secteur du tourisme ».

1. **PROCEDURE D’EVALUATION DES OFFRES**

L’évaluation des offres se déroule en deux temps : l’évaluation des propositions techniques suivie de l’ouverture et la comparaison des propositions financières. Seront jugées qualifiées, les propositions techniques qui obtiendront 70% de la note maximale de 100 points.

Dans une deuxième étape du processus d’évaluation, les offres financières seront ouvertes et comparées. Le contrat sera attribué à l’agence techniquement qualifiées ayant présenté le meilleur score combiné - rapport qualité/prix, évaluation cumulative - (Technique pondérée à 70% + Financière à 30%). Cette note financière combinée à 30% est calculée pour chaque proposition sur la base de la formule suivante : Note financière A = [(Offre financière la moins disante) /Offre financière de A] x 30.7

|  |  |
| --- | --- |
| **Critères de notation** | **Score** |
| Compréhension de la mission  | 15 |
| Expertise avérée en conception mise en œuvre de plan de communication | 35 |
| Le personnel proposé et son expertise dans l’exécution de la mission | 10 |
| Références pertinentes à la réalisation des missions similaires  | 20 |
| L’expérience de travail avec les organisations du secteur touristique | 10 |
| Audience/efficacité des canaux/médias proposés | 10 |
| **Notation totale** | 100 |
| Qualification technique (minimum requis 70 points) | 70 |
| Moyenne pondérée (70%) =**A** | 70 |
| Montant offre financière |  |
| Score financier |  |
| Offre financière pondérée (30%) =**B** | 30 |
| Total (A+B) |  |