**PROJET TANTSOROKA HO AN’NY DIASPORA (TADY)Projet**

**Termes de référence - Expertise court terme**

*Elaboration de la stratégie et du plan de communication du projet*

**Date de publication : 18 / 12 / 2023**

Table des matières

[**I. Contexte 1**](#_Toc153798554)

[*I.1 La diaspora malagasy* 1](#_Toc153798555)

 [*I.2 La Direction de la Diaspora et la Lettre Politique* 2](#_Toc153798556)

 [*I.3 Le projet TADY* 3](#_Toc153798557)

 [*I.4 Expertise France et la mobilisation d’expertise en communication* 3](#_Toc153798558)

[**II. Objectif de la consultation et description de la mission** 4](#_Toc153798559)

[**III. Résultats attendus** 4](#_Toc153798560)

[**IV. Mode opératoire** 5](#_Toc153798561)

[*IV.1 Déroulement de la mission* 5](#_Toc153798562)

 [*IV.2 Livrables* 6](#_Toc153798563)

 [*IV.3 Validation des livrables* 8](#_Toc153798564)

[*IV.4 Langue* 8](#_Toc153798565)

[*IV.5 Modalités de transmission* 9](#_Toc153798566)

[**V. Moyens mis à disposition de l’expertise** 9](#_Toc153798567)

[**VI. Profil de l’expert.e** 9](#_Toc153798568)

[**VII. Processus de soumission d'appel d'offres** 9](#_Toc153798569)

[**VIII. Annexes** 10](#_Toc153798570)

# **I. Contexte**

# ***I.1 La diaspora malagasy***

Depuis le début des années 1990, le stock de migrants internationaux en provenance de Madagascar est en constante augmentation. Estimé à 58 000 personnes en 1990, il est évalué à 170 000 personnes 25 ans plus tard[[1]](#footnote-1), pour atteindre 184 762 individus en 2020. La France représente, de loin, la première destination pour ces migrants internationaux (84% du stock), suivent les Comores (5%), le Canada (3%), l’Italie et la Belgique (1%)[[2]](#footnote-2). Avec un ratio de 63% de femmes[[3]](#footnote-3), l’immigration malagasy est nettement plus féminisée que la moyenne mondiale[[4]](#footnote-4).

La croissance continue de l’émigration depuis Madagascar s’accompagne d’un accroissement des transferts monétaires sur la période récente. Estimés à 4 millions de dollars US en 1990, ces transferts formels atteignent 327 millions en 2015, puis 433 en 2019, soit près de 4% du PIB[[5]](#footnote-5). La mobilisation de la diaspora à l’échelle individuelle et des ménages se double d’une mobilisation à l’échelle collective et communautaire. Le Forum des Organisations de la Société Civile issues des Migrations (FORIM) recense 240 associations de ressortissants malagasy créées au cours de la période 2006 – 2016 en France.

Si historiquement, l'émigration depuis Madagascar a longtemps parue réservée aux élites, son profil migratoire tend aujourd’hui à se diversifier, à la fois en termes de composition, touchant désormais une main d’œuvre malagasy plus nombreuse, que de destinations (Moyen Orient, Golfe). Le placement de femmes jeunes issues des catégories sociales les moins favorisées du pays au Liban, au Koweït, à Oman, en Arabie Saoudite dans le secteur des services, en particulier l’emploi domestique, est caractéristique de ces flux économiquement motivés, et source de vulnérabilités propres à chaque secteur d’activités.

# ***I.2 La Direction de la Diaspora et la Lettre Politique***

Tenant compte d’une part du potentiel croissant incarné par la diaspora en termes de contribution au développement socio-économique du pays, et d’autre part de besoins accrus en matière de protection et d’assistance consulaires, les autorités ont élaboré une réponse politique et institutionnelle ambitieuse en faveur des diasporas au tournant des années 2015-2016. Initiée par la création de la Direction Générale de la Promotion économique et de la diaspora[[6]](#footnote-6) auprès du MAE, au sein de laquelle est instaurée une Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires (DDIAQM),[[7]](#footnote-7) elle est consacrée le 17 février 2021 par l’adoption d’une Lettre de Politique Nationale d’Engagement de la Diaspora malagasy (LPNED), qui porte une vision jusqu’en 2030. Celle-ci entend « *établir une relation mutuellement bénéfique entre l’État de Madagascar et la diaspora malagasy, qui prenne en compte les besoins et aspirations des Malagasy à l’étranger et qui favorise leur implication dans le développement durable du pays*[[8]](#footnote-8)». Les axes stratégiques que structurent la LPNED ont fait l’objet d’une déclinaison en un Plan d’Actions, élaboré avec le soutien de l’initiative « *Migration EU Expertise* » (MIEUX), financée par l’Union européenne (UE) et mise en œuvre par le Centre International pour le Développement des Politiques Migratoires (ICMPD), qui détaille les activités, résultats, indicateurs de suivi, acteurs, calendrier et moyens requis pour sa mise en œuvre.

# ***I.3 Le projet TADY***

Dans ce contexte le projet **TANTSOROKA HO AN’NY DIASPORA (TADY)** vise à appuyer la mise en œuvre de la LPNED. Le projet est basé sur un accord tripartite entre l’AFD, l’EF et le MAE et sur une modalité de délégation de fonds de l’AFD à EF. Cette action, d’un montant de 7 000 000 EUR, a une durée de mise en œuvre de 4 ans. En tant que bénéficiaires d’une subvention, OIM et IRD participent à la mise en œuvre du projet.

**L’objectif général** du projet est de créer les conditions favorables à la mobilisation de la diaspora pour le développement socio-économique de Madagascar. Il s’articule autour de trois composantes :

* **Composant 1 - volet assistance technique** visant à contribuer au renforcement des capacités des acteurs institutionnels afin de piloter et rendre compte de la mise en œuvre de la LPNED.

L’objectif de cette composante sera d’accompagner le MAE dans le pilotage stratégique et opérationnel du déploiement de la LPNED. Les capacités du personnel de la DDIAQM ainsi que du réseau consulaire seront renforcées notamment sur les aspects de suivi-évaluation et communication et l’élaboration d’une offre de services pour la diaspora malagasy.

* **Composant 2 - volet développement local** visant à valoriser le capital social, économique et culturel de la diaspora malagasy

L’objectif de cette composante est de constituer et pérenniser des mécanismes favorisant la mobilisation de la diaspora malagasy pour le développement social, économique et culturel du pays. L’appui au secteur associatif sera concrétisé via une facilité de co-financement de projets de développement local. La mobilisation du capital humain de la diaspora se fera par le biais de deux dispositifs complémentaires (volontariat et expertise).

* **Composant 3 - volet recherche et capitalisation** visant à mettre en place un dispositif de développement des connaissances.

L’objectif de ce dispositif sera de documenter les décisions opérationnelles du projet ; alimenter le pilotage de la LPNED ainsi que le dialogue des politiques publiques sur les enjeux Migrations, Diaspora, Développement.

De manière transversale, le projet soutiendra et valorisera l’engagement des femmes de la diaspora et cherchera à agir sur les inégalités de genre à travers les trois composantes du projet.

# ***I.4 Expertise France et la mobilisation d’expertise en communication***

Expertise France (EF) assure la gestion financière et l’appui technique au MAE pour la mise en œuvre du projet TADY. EF est l'agence publique française de conception et de mise en œuvre de projets internationaux de coopération technique, un acteur de terrain qui développe des solutions innovantes répondant aux besoins de ses partenaires et aux attentes des bailleurs de fonds.

La promotion du transfert de savoir-faire, notamment par le biais de la mobilisation d’expertise perlée, et du dialogue entre pairs est parmi les missions clés des interventions et vise à renforcer les capacités des pays partenaires à définir et mettre en œuvre des politiques publiques de qualité.

Dans le cadre du projet TADY, la mobilisation d’une expertise en communication est essentielle pour élaborer une stratégie et un plan de communication qui répond aux enjeux de communication du projet, notamment :

* Qui découlent directement des objectifs stratégiques et opérationnels du projet et autour de :
	+ La communication avec la diaspora malagasy dans le monde ;
	+ La communication à propos de la diaspora avec le public cible à Madagascar ;
	+ La communication auprès des acteurs institutionnels et non institutionnels de Madagascar.
* En accord avec les chartes et les instructions sur la communication et la visibilité du Ministère des Affaires Etrangères malagasy, de l’AFD, d’Expertise France, d’IOM et d’IRD.

# **II. Objectif de la consultation et description de la mission**

**L’objectif** de la mission d’expertise en communication est d’élaborer une stratégie et un plan de communication pour l’ensemble du projet TADY.

Les actions de communication à développer répondent à trois enjeux clés :

1. Soutenir la mise en œuvre des activités, leur qualité et vulgarisation ;
2. Rendre visible le projet dans son ensemble ;
3. Rendre visible l’action de l’ensemble des partenaires impliqués dans la mise en œuvre du projet .

La stratégie et le plan de communication doivent être adaptés aux publics cibles diversifiés : la diaspora malagasy ; le secteur privé ; la société civile ; le réseau consulaire ; le MAE et autres Ministères (et leurs démembrements) engagés dans la mise en œuvre de la LPNED ; l’Agence Française de Développement et Expertise France ; le grand public à Madagascar et en France.

L’expertise doit aussi prendre en considération l’imbrication des composantes IRD et IOM en prenant en compte la spécificité de ces organisations en matière de communication dans la définition de la stratégie globale et des plans de communication du projet.

# **III. Résultats attendus**

Les résultats suivants sont attendus de la mission d’expertise :

1. La stratégie de communication du projet TADY est élaboré et budgétisé ;
2. Le plan de communication est élaboré et budgétisé ;
3. Canevas des outils de communication sont disponibles (gabarit newsletter, dossier de presse, etc.).

Sachant que la diaspora malagasy est hautement féminisé et qu’il est prévu dans le cadre logique que 60% des bénéficiaires soit des femmes, la dimension genre doit être prise en compte de façon transversale dans la formulation de la stratégie, du plan et des outils de communication.

D’un autre côté, vu que le projet visera à renforcer la capacité du MAE à communiquer avec la diaspora malagasy, les résultats attendus par l’expertise doivent s’insérer dans le cadre des relations publiques d’un organisme gouvernemental.

# **IV. Mode opératoire**

## ***IV.1 Déroulement de la mission***

La mission se déroulera à Antananarivo et à distance, avec une durée de 16 jours ouvrés, en plusieurs phases et selon une méthodologie proposée et pilotée par l’expert.e.

**Phase 1 – à Antananarivo (5 J/H) : élaboration de la stratégie de communication budgétisé du projet**

* Briefing avec le chargé de projets sénior à Paris, le service communication d’Expertise France (à distance)[[9]](#footnote-9) et le chef de projet à Antananarivo;
* Echange avec les experts clés (Experte Migration ou experts court terme qui ont produit les recommandations au niveau communication) ;
* Réunion de cadrage avec l’agence AFD de Antananarivo ;
* Echanges avec la UCM[[10]](#footnote-10) et DDIAQM ;
* Echanges avec IOM et IRD ;
* Atelier de consultation avec les autres ministères concernés et représentants de la société civil, de la diaspora et du secteur privé ;
* Réunions de travail avec les chargés de communication de l’UCM et du MAE pour recueillir un aperçu des pratiques communicationnelles habituelles, pour discuter la forme et les contenus des esquisses des livrables et pour assurer le transfert de compétences ;
* Elaboration d’une première version de la stratégie de communication pour le projet TADY ;
* Atelier de restitution avec les parties prenantes (MAE, les autres ministères concernés, équipe du projet TADY, EF, AFD, OIM, IRD, représentants de la diaspora, …)
* Atelier technique avec les chargés de communication de l’UCM et de la direction de la communication du MAE pour familiarisation avec les outils de communication produites.

**Phase 2 – à distance (3 J/H) : consolidation de la stratégie de communication budgétisé, en tenant compte des recommandations issues de l’atelier de restitution.**

**Phase 3 – à distance (6 J/H) développement du plan de communication budgétisé et des canevas des outils de communication**

* Elaboration d’une première version du plan de communication et des canevas des outils de communication ;
* Atelier de restitution avec les parties prenantes ;
* Consolidation du plan de communication et des canevas des outils de communication en tenant compte des recommandations issues de l’atelier de restitution.

**Phase 4 – à distance (2 J/H) élaboration de rapport final**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nbre de jours ouvrés** | **Contenu** |
| 0 | Voyage aller – Domicile- Antananarivo |
| 4 | Réunions, séances de travail à Antananarivo |
| 1 | Préparation des livrables phase 1 et restitution |
| 0 | Voyage retour - Antananarivo- Domicile |
| 3 | Consolidation des livrables phase 1 |
| 3 | Préparation des livrables phase 2 et restitution |
| 3 | Consolidation des livrables phase 2  |
| 2 | Elaboration de rapport final |
| **16** |  |

L’expert.e doit travailler tout au long de la mission en étroit collaboration avec les chargés de communication de l’UCM et de la direction de la communication du MAE en favorisant une méthodologie *learning by doing* de montée en compétences et un renforcement de capacité au sein de la UCM / MAE pour la mise en œuvre de la stratégie de communication et l’opérationnalisation des livrables.

# ***IV.2 Livrables***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Livrables** | **Forme** | **Délais de livraison** |
| 1.Stratégie de communication budgétisé | Format Expertise France | TO + 20 jours |
| 2. Plan de communication budgétisé et canevas des outils communication | Format à valider en réunion de cadrage | TO + 40 jours |
| 3. Rapport final | Format à valider en réunion de cadrage | TO + 50 jours |

Notes - Calendrier indicatif ; T0 = date signature de contrat.

1. La stratégie de communication

L’expert.e sera en charge de :

* Concevoir et budgéter la stratégie de communication du projet, en concertation avec l’équipe projet, le pôle communication d’Expertise France et du MAE ;
* Assurer le respect des orientations de la stratégie de communication du Groupe AFD et du MAE de Madagascar ;
* Concevoir des indicateurs de suivi de l’activité communication.

La stratégie de communication devra être élaborée selon la trame Expertise France (gabarit à partager avant le commencement des travaux) et s’articuler autour des rubriques suivantes :

1. Introduction et contexte du projet
2. Objectifs généraux et spécifiques de communication du projet
3. Groupes cibles de communication
4. Le contenu des messages par cible
5. Les outils de communication à développer
6. Le calendrier de mise en œuvre avec les activités/actions, les indicateurs de résultats et du budget prévisionnel

a. Informer, faire connaître, faire comprendre le projet : construire son identité

b. Communication éditoriale

c. Les projets audiovisuels

d. Les outils digitaux

e. Communication événementielle

f. Les relations publiques

g. Les relations presse

V. Moyens humains, techniques et financiers

Vi. Annexes

Le livrable consolidé (phase 1) devra être envoyé au plus tard 5 jours après le retour de mission.

1. Outils de communication de base du projet

L’expert.e sera en charge de :

* Développer un kit de communication de base pour le projet (gabarit newsletter, dossier de presse, etc.) ;
* Développer les cahiers des charges relatifs à la mobilisation de prestataires externes pour des outils / activités clés des plans de communication ;
* Elaborer un cahier de charges pour une vidéo-documentaire du déroulement du projet (retraçant l’historique du projet) ;
* Créer une liste de diffusion des communications du projet au niveau national et international.
1. Plan de communication

L’expert.e doit identifier les opportunités de communication incluant :

* un calendrier des actualités du projets (signatures, lancements, événements, missions et activités phares, remise de livrables clés, clôture et capitalisation) ;
* un calendrier des actualités hors projet - opportunités de communication (calendrier international et national, journées mondiales, élections, etc.).

Les calendriers seront accompagnés des activités à développer, des outils à utiliser et des moyens (humaines, matériels et financiers) à mobiliser.

1. Rapport final

L’expert.e élaborera un rapport succinct pour présenter l’ensemble du travail réalisé et présenter ses recommandations pour la bonne mise en œuvre de la stratégie et du plan de communication du projet.

L’expert.e est libre de proposer un format mais devra à minima présenter les parties suivantes :

a) Déroulement de la méthodologie : activités réalisées, difficultés rencontrées, mesures d’atténuation adoptées, impact sur les résultats ;

b) Bonnes pratiques et leçons apprises du projet ;

c) Recommandations au niveau des besoins de renforcement des compétences de l’équipe ou autres ;

d) Annexes : les livrables produits dans le cadre de la mission.

# ***IV.3 Validation des livrables***

La validation des livrables sera fait en deux étapes. La première version de la stratégie de communication, du plan de communication et des canevas des outils de communication sera présentée en atelier de restitution, soit en présentiel ou à distance selon le cas. Après la consolidation des livrables tenant compte des commentaires recueillis pendant les ateliers, la nouvelle version sera envoyée par courrier électronique à Expertise France. L’Experte Migration sera chargée de compiler les commentaires des différentes parties prenantes (DDIAQM/UCM, AFD, EF, IOM, IRD) et de les transmettre à l’expert.e communication dans un délai prévu de 15 jours ouvrés, par voie électronique.

Au plus tard 5 jours après la réception des observations et/ou commentaires éventuels sur les livrables provisoires, l’expert.e transmettra les livrables définitifs à Expertise France.

Après la réception des livrables définitifs, le Chef de Projet vérifiera la version finale avant partage avec les parties prenantes.

Une seconde révision pourrait être requise ou un courriel de validation sera transmis par le Chef de Project avec ampliation aux différentes structures.

## ***IV.4 Langue***

L’ensemble des livrables seront rédigés en français.

## ***IV.5 Modalités de transmission***

L’ensemble des livrables devront être transmis par voie électronique.

# **V. Moyens mis à disposition de l’expertise**

EF, AFD et DDIAQM partageront les éventuelles lignes directrices gouvernementales/ institutionnelles en matière de charte graphiques et les modèles de livrables tel qu’avant mentionnés.

La LPNED et le document technique du projet sera partagé avec l’expert.e.

# **VI. Profil de l’expert.e**

Qualifications et expérience :

* Expérience d’au moins 6 ans en communication exigée ;
* Au moins une expérience dans le secteur public/institutionnel et/ou la coopération internationale/l’aide au développement ;
* Expérience avérée d’organisation de campagnes et évènements de communication dans un pays du Sud ;
* Connaissance du secteur de la diaspora et des migrations internationales est un atout ;
* Connaissance du contexte de Madagascar est un atout.
* Avoir une expérience avérée dans l’élaboration, la mise en œuvre et le suivi de stratégies, plans et outils de communication.

Compétences professionnelles :

* Avoir un diplôme de BAC + 4 au minimum en Communication, Journalisme ou équivalent
* Compétences relations publiques ;
* Excellentes compétences rédactionnelles et relationnelles, excellente maîtrise du français ;
* Capacité à travailler en équipe et à distance ;
* Créativité ;
* Autonomie, réactivité et force de proposition ;
* Capacité d’implémenter des procédures de renforcement de capacités basée dans les méthodologies *learning by doing*;
* Maîtrise du Community management : Twitter, LinkedIn, Facebook ; Suites réseaux sociaux ; FlickR ;
* Maîtrise des principaux outils de la Suite Adobe (Indesign, Photoshop) ;
* Maîtrise du Pack Office.

# **VII. Processus de soumission d'appel d'offres**

Les candidatures doivent inclure une offre technique et une offre financière.

L'offre Technique comprendra obligatoirement :

* Un chapitre introductif et court détaillant la compréhension par le soumissionnaire de la mission et ses principaux défis.
* Un chapitre détaillant la méthodologie provisoire pour mener l'expertise ; cette méthodologie va être ensuite finalisée dans la note de lancement.
* Une brève analyse des principaux risques et mesures correctives de la mission.
* Un chapitre détaillant la pertinence et les compétences de l’expert par rapport au travail à accomplir.
* Annexe : le CV actualisé de l’expert.e avec des informations détaillées sur les qualifications pertinentes, l'expérience et les références appropriées (longueur max de chaque CV: 2 pages) ;
* Annexe : lettre de motivation
* Annexe: le calendrier proposé (voir modèle en annexe).

La longueur maximale de l'offre technique est de 3 pages hors annexes.

L'offre financière doit inclure, en détail, les honoraires par journée de travail bien comme toutes les dépenses susceptibles d’être engagées par l’expert.e, excluant les frais de voyage internationaux et les indemnités journalières (per diem) que seront pris en charge directement par le projet. Le budget doit être présenté en euros (toutes taxes compris).

Les questions et demandes de clarification par rapport aux TdR et le processus de soumission d’offres doivent être envoyées (si besoin est) jusqu’au 8 janvier 2024, par courrier électronique à joana.martins@expertisefrance.fr .

**Les offres pour entreprendre cette expertise doivent être soumises jusqu’au 18 janvier 2024. La remise tardive des offres entraîne leur disqualification. Les candidatures doivent être envoyées au lien figurant dans l’annonce sur le site d’Expertise France.**

Seules les candidatures accompagnées d'une offre technique et d'une offre financière seront prises en considération.

# **VIII. Annexes**

**Annexe 1 – Attributions de la DDIAQM, tel que défini dans la LPNED, page 7**

* Gérer les dossiers liés à la question de migration et développement ;
* Mettre en place une base de données fiables sur la diaspora malagasy et d’en assurer la mise à jour et la diffusion ;
* Définir et proposer des mesures concrètes afin d’encourager et faciliter une pleine participation de la diaspora à la vie politique, économique et sociale du pays ;
* Mobiliser la diaspora pour le retour et l’investissement au pays par la mise en place de conditions favorables ;
* Contribuer à l’élaboration de la politique nationale et/ou du plan d'action pour les ressortissants malagasys résidants à l’étranger ;
* Mettre en œuvre et assurer le suivi de la politique de l’État à l’égard de la diaspora malagasy.

**Annexe 2 – Modèle de calendrier**

|  |
| --- |
| **Durée indicative en jours ouvrés[[11]](#footnote-11)** |
| **Activité** | **Indicative dates** | **H/J** |
| Phase de démarrage: nombre total de jours |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Mission au terrain: nombre total de jours |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Phase de synthèse : nombre total de jours |
|  |  |  |
|  |  |  |
| Phase de consolidation et diffusion : nombre total de jours |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. M. Razafindrakoto, N. Razafindratsima, N. Razakamanana, F. Roubaud. La diaspora malagasy en France et dans le monde : une communauté invisible ? Document de travail UMR DIAL – IRD – Paris Dauphine. Octobre 2017. [↑](#footnote-ref-1)
2. International Centre for Migration Policy Development (ICMPD). Diaspora engagement map. Consulté le 21/01/2021. [Interactive map – EUDiF (diasporafordevelopment.eu)](https://diasporafordevelopment.eu/interactive-map/) [↑](#footnote-ref-2)
3. Ibid. [↑](#footnote-ref-3)
4. En 2019, 52 % des migrants internationaux étaient des hommes, et 48 % des femmes. Source : Organisation Internationale pour les Migrations. Etat de la migration dans le monde. 2020. [↑](#footnote-ref-4)
5. <https://www.worldbank.org/en/topic/labormarkets/brief/migration-and-remittances> [↑](#footnote-ref-5)
6. Rebaptisée ensuite Direction Générale de la Coordination du Partenariat pour le Développement (DGCPD) [↑](#footnote-ref-6)
7. Voir en annexe : attributions de la DDIAQM. [↑](#footnote-ref-7)
8. Ministère des Affaires étrangères. <https://www.diplomatie.gov.mg/index.php?fr/article593/resume-politique-nationale-dengagement-de-la-diaspora-malagasy>. Consulté le 19/01/2021. [↑](#footnote-ref-8)
9. Les réunions avec l’équipe EF au siège pourront aussi avoir lieu avant le départ à Antananarivo. [↑](#footnote-ref-9)
10. Une unité de coordination ministérielle (UCM) a été créée au sein de la DGPDD et fonctionnellement rattachée à la DDIAQM pour assurer la mise en œuvre et le suivi du projet TADY. Elle est composée de personnel du MAE, identifié selon leurs compétences. [↑](#footnote-ref-10)
11. Ajouter autant de lignes que nécessaire selon le plan d’activités. [↑](#footnote-ref-11)