

TERMES DE REFERENCE

PROJET D'APPUI AUX NEGOCIATIONS DES PROJETS GAZIERS ET DE RENFORCEMENT DES CAPACITES INSTITUTIONNELLES (PADG)

RECRUTEMENT D'UN CABINET CHARGE DU DEVELOPPEMENT ET LA MISE EN ŒUVRE D'UNE STRATEGIE ET D'UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

I. CONTEXTE

Le groupe de la Banque Mondiale a accordé un don d'assistance technique au Gouvernement de la Mauritanie (Don No. IDA D2730-MR), avec comme objectif principal d'améliorer la capacité du gouvernement à faire progresser les négociations vers les décisions finales d'investissement dans le secteur gazier et développer la contribution du secteur gazier à l'économie nationale, grâce à un renforcement du cadre juridique et des capacités professionnelles et institutionnelles.

Le travail prévu dans le cadre de ces termes de références sera financé par le Don précité

II. OBJECTIFS

L'objectif principal de la présente mission est le recrutement d'une firme ou d'un groupement de firmes pour appuyer le gouvernement Mauritanien dans l'élaboration d'une stratégie et d'une campagne de communication et de mobilisation, afin de s'engager d'une manière efficace et durable avec les principaux acteurs sur les questions relatives aux projets de développement pétrolier et gazier.

Le travail du Cabinet dans le cadre de cette mission consiste à :

- Appuyer le gouvernement dans l'élaboration et la mise en œuvre d'une stratégie de communication globale pour le Ministère du Pétrole, des Mines et de l'Energie (MPME), notamment pour accompagner les développements pétroliers et gaziers et en particulier en ce qui concerne le projet GTA ;
- Appuyer le gouvernement dans l'élaboration et la mise en œuvre d'une campagne d'information et de mobilisation des parties prenantes, en vue d'informer et de sensibiliser les citoyens et la société civile sur les questions liées aux développements du pétrole et du gaz ;

- Développer une coordination et une collaboration solides et efficaces entre les actions de communication du gouvernement, des différentes administrations et des autres acteurs impliqués dans le secteur du pétrole et du gaz et les aspects de développements transversaux ;
- Renforcer le consensus autour des politiques et des projets spécifiques pour assurer l'efficacité et la durabilité de leur mise en œuvre ;
- Favoriser la création d'un environnement propice à la participation du secteur privé aux projets de développement pétrolier et gazier, à travers l'information et l'engagement de la société civile sur les coûts et les avantages de la participation du secteur privé à la gestion du secteur pétrolier et gazier et
- Développer et mettre en œuvre un plan de formation et de renforcement des capacités sur la communication et l'engagement des parties prenantes, en faveur des organismes publics Mauritanien concernés.

III. MISSIONS ET ACTIVITES

La mission se compose de deux parties : une partie forfaitaire et une partie rémunérée au temps passé.

A- Partie A : partie à rémunération forfaitaire

La présente partie comprend les activités suivantes :

Activité 1: Effectuer un diagnostic/audit et évaluer les options / mécanismes de communication et les capacités institutionnelles existants en matière de communication, information et engagement des principaux publics cibles dans les organismes publics concernés, notamment le MPME, la Société Mauritanienne des Hydrocarbures et du Patrimoine Miniers (SMHPM) :

- Produire une évaluation diagnostique des mécanismes de communication (sur toute la « chaîne d'information », y compris la production d'informations, les processus de vérification et de validation, de diffusion, etc.) et des capacités en place au sein du gouvernement pour communiquer avec le public clés, et évaluer leurs capacités à gérer et à mettre en œuvre des stratégies de communication efficaces ;
- Produire une évaluation des besoins décrivant les mécanismes de communication prioritaires et les capacités institutionnelles qui doivent être mises en place auprès des acteurs publics concernés, y compris le MPME et la SMHPM.

Activité 2: Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication et une feuille de route à l'intention des institutions publiques concernées, notamment le MPME et la SMHPM qui

piloteront la communication gouvernementale, la production de l'information et les activités de mobilisation/engagement avec les principaux publics cibles, et ensuite:

- i. Produire une cartographie des parties prenantes et identifier les principaux publics cibles pour le gouvernement de la Mauritanie sur les questions de développements du pétrole et du gaz ;
- ii. Effectuer des entretiens avec les principales parties prenantes et les publics cibles, sur leurs opinions, perceptions, intérêts et préférences en matière de communication autour des questions de développement du pétrole et du gaz (c.-à-d. impact des développements pétroliers et gaziers sur la croissance économique et les institutions démocratiques/bonne gouvernance, sur les communautés locales et les moyens de subsistance; la gestion des recettes pétrolières et les relations avec le secteur privé ; pérennité et questions environnementales);
- iii. Élaborer une stratégie de communication comprenant le rôle des pouvoirs publics dans le développement du pétrole et du gaz, les calendriers de développement des projets, les résultats escomptés, le rôle des citoyens dans la promotion de la bonne gouvernance dans le secteur du pétrole et du gaz, etc.);
- iv. Élaborer une feuille de route sur les communications qui servira à la mise en œuvre de la stratégie de communication ;
- v. Élaborer des messages clés et des scénarii qui abordent et reflètent les principaux aspects abordés lors des entretiens avec les parties prenantes et le public cible, et qui s'intègrent dans la stratégie de communication ;
- vi. Identifier les éventuelles lacunes en matière de connaissances et les besoins d'information manquants, et énumérer les contenus et les supports de communication à développer ;
- vii. Appuyer le Gouvernement dans la mise en œuvre de la stratégie de communication et de la feuille de route validée et définitive.

Activité 3 : Développer et mettre en œuvre une campagne d'information et de mobilisation/engagement, et une feuille de route destinée aux organismes publics concernés, notamment le MPME et la SMHPM, pour informer efficacement les citoyens, et d'autres parties prenantes identifiées dans la stratégie de communication :

- i. Développer une campagne d'information et de mobilisation/engagement (et la feuille de route y relative) basée sur la stratégie de communication, qui informera et mobilisera une "masse critique" de citoyens et de membres de la société civile, en plus d'autres

- acteurs concernés tels que les chercheurs et universitaires, les parlementaires, les médias, etc., sur les questions de développement du pétrole et du gaz en Mauritanie;
- ii. Proposer et concevoir des options de plates-formes de mobilisation/engagement des citoyens et des parties prenantes, sur la base des besoins du gouvernement de la Mauritanie, où le dialogue, le débats et les préoccupations pourraient s'exprimer de façon interactive et consultative ;
 - iii. Développer tout support et contenus supplémentaires, le cas échéant, en fonction des objectifs et de l'approche de la campagne ;
 - iv. Appuyer le gouvernement Mauritanien dans la mise en œuvre de la campagne de communication et de mobilisation/engagement ; et
 - v. Élaborer et fournir une évaluation de l'impact de la campagne de communication et de mobilisation (sur la base d'indicateurs clés définis au préalable),y compris des informations liées aux succès et aux échecs sur les expériences relatives à la mise en œuvre de la campagne et des propositions d'actions correctives et des domaines à améliorer.

Activité 4 : Assurer la formation et le renforcement des capacités en matière de communication sur le développement du secteur du pétrole et du gaz, (en synergie avec d'autres formations en cours) et d'engagement des parties prenantes, en faveur des organismes publics concernés, notamment le MPEM et la SMHPM, pour s'assurer que les pouvoirs publics sont en mesure de s'engager à court, moyen et long terme avec chacune des parties prenantes concernées:

- i. Élaborer un programme de formation pour le personnel clé du gouvernement de la Mauritanie, qui devra jouer un rôle essentiel dans la mise en œuvre de la stratégie de communication et la campagne de mobilisation/engagement ;
- ii. Former le personnel clé du gouvernement de la Mauritanie dans le but de développer les compétences identifiées dans le plan de formation, sur la base de la stratégie de communication et de la campagne de mobilisation/engagement.

B- Partie B : partie rémunérée au temps passé

Cette partie consiste à assister, y compris par des actions de formation, le gouvernement dans le domaine de la communication sur les sujets liés au développement des projets pétroliers et gaziers.

IV. LIVRABLES ET CALENDRIER

1. Calendrier

L'exécution de cette mission commencera dès la notification faite par le Client au Consultant de commencer à fournir les Services et s'étalera sur une durée d'une (1) année

2. Livrables

Les livrables attendus pour la présente mission comprennent deux parties :

A) Les livrables de la partie A (partie rémunérée au forfait) :

Les livrables de cette partie correspondent aux rapports et tâches ci-dessous :

- Rapport initial (cadrage) ;
- Rapport d'Audit et de diagnostic de l'évaluation des besoins en matière d'outils de communication et capacités institutionnelles ;
- Cartographie des parties prenantes, collecte des données et recueil des opinions ;
- Elaboration de la Stratégie de Communications ;
- Elaboration de la feuille de route ;
- Elaborations des messages clé, contenus, éléments de langage et supports pour la campagne ;
- Développement d'une Plate-forme pour la mobilisation et l'engagement ;
- Développement et mise en œuvre de campagnes d'information, de mobilisation conformément à la feuille de route ;
- Rapport d'évaluation de la mise en œuvre de la campagne ;
- Elaboration et réalisation de programme de formation selon les besoins du gouvernement ;
- Conception et réalisation d'outil d'échange et de mobilisation des citoyens et des parties prenantes (ateliers, forums, rencontres, événements) ;
- Production des supports (graphiques et audio-visuels) de communication ;
- Rapport final.

B) Livrables de la Partie B (partie rémunérée au temps passé) :

Les livrables de cette partie sont des notes, avis, rapports ou support de formation.

3. MODALITES D'EXECUTION

Les autorités Mauritaniennes désignent un point focal qui sera l'interlocuteur du consultant retenu pour la présente mission.

- Le bureau des consultants mobilisera par ses soins tous les moyens logistiques nécessaires à la réalisation de ses missions, y compris le développement de tout matériel collatéral, la production des vidéos et autres moyens de communication il se chargera également de la diffusion des éléments audiovisuels auprès des médias, de la publication des supports et des visuels dédiés à cette communication ;
- Tous les rapports fournis dans le cadre de la présente mission seront transmis aux autorités Mauritaniennes, via le point focal qui veillera à la supervision de cette mission.

4. COMPETENCES ET PROFILS REQUIS

L'équipe du Consultants sera constitué de professionnels possédant des compétences multidisciplinaires. Le Consultant retenu (Cabinet ou Consortium) aura à sa tête un chef d'équipe, et des professionnels justifiant de compétences et d'une expérience dans différents domaines, y compris les médias et les communications institutionnelle, gouvernementale et politique, les sciences sociales, les technologies de l'information et des communications et le sondage d'opinions. Les compétences requises sont les suivantes :

- Expérience approfondie dans le domaine des communications, notamment : l'élaboration de stratégies, les relations avec les médias et l'engagement, les stratégies et tactiques de médias sociaux, la publicité, les relations publiques, le développement de l'image de marque, les campagnes politiques, les campagnes numériques, le marketing social, et les activités connexes. Les capacités à mobiliser un public d'investisseurs potentiels sera un atout ;
- Expertise reconnue dans la conception et la mise en œuvre des campagnes de plaidoyer sur les questions d'intérêt public au niveau international ;
- Expérience avérée dans le domaine de l'information et de la communication, et une connaissance des questions de développement ;
- Expérience avérée dans l'élaboration des stratégies de communication et des campagnes de mobilisation citoyenne dans le secteur pétrolier et gazier, notamment en Afrique;
- Expérience solide dans le partenariat avec les agences gouvernementales et les ministères, le personnel technique de haut niveau, la société civile, le secteur privé, les médias et les bailleurs de fonds ;

- Excellente connaissance et maîtrise de la méthodologie, tant au niveau des techniques de recherche quantitative que qualitative ;
- Excellente connaissance, expérience et maîtrise des questions de développement, des contextes sociopolitiques, économiques et culturels de la sous-région région. Une Connaissance et expérience dans le domaine de ces contextes en Mauritanie sera un atout ;
- Aptitude à faire face aux médias internationaux et à la société civile, ainsi qu'aux groupes de pression aux niveaux local, national et international ;
- Aptitude à planifier, concevoir et mettre en œuvre des produits et des activités de communication créatifs et adéquats ;
- Excellentes aptitudes en matière de présentation et de rédaction en français, arabe et en anglais ;
- Excellentes aptitudes à communiquer efficacement avec toutes les parties prenantes et à présenter des idées de façon claire, pragmatique, courtoise et efficace ;
- Aptitude à travailler dans un environnement collaboratif, multipartite et multiculturel ;
- Expérience avérée dans la rédaction réactive des documents professionnels sur la communication publique en français ; des échantillons écrits seraient souhaitables ;
- Expérience en conception graphique, y compris l'identité visuelle et la conception de logos, image de marque, réalisation des supports multimédias, notamment la documentation photos, vidéos et design des documents en PDF et autres outils de présentation ;
- Expérience en production économique et rapide de publications imprimées de haute qualité dans diverses langues (français, arabe et anglais); et
- Expérience avérée dans l'élaboration de stratégie pour des départements similaires sur le plan national au cours des trois dernières années serait un atout.

Le cabinet doit présenter les profils requis ou justifier de sa capacité à sous-traiter avec des graphistes, des producteurs, des animateurs de campagne de communication, ou tout autre structure pouvant contribuer à la bonne exécution des prestations.

Tout choix de sous-traitant nécessitera l'approbation du client.

5. PERSONNEL CLE DU CONSULTANT

L'équipe du Consultant devra comporter le personnel clé suivant :

1- Un chef de mission, expert en communication

Il sera chargé principalement d'assurer la coordination de la mission et devra :

- i. être titulaire au moins d'un diplôme de niveau BAC+4 ,idéalement en communication, marketing ou justifier de l'équivalence d'une formation post universitaire dans l'un des deux domaines;
- ii. justifier d'une solide expérience professionnelle dans le domaine de la communication, idéalement dans la définition de stratégie de communication et ayant piloté au moins deux (2) missions pertinentes pour des organismes/sociétés/structures ;
- iii. avoir une expérience avérée dans un projet financé par la Banque Mondiale ou un autre bailleur de fonds serait un atout.

2- Un spécialiste en communication

Il devra :

- i. être titulaire au moins d'un diplôme de niveau BAC+4 en communication, journalisme ou équivalent;
- ii. avoir une solide expérience professionnelle dans la communication, avec au moins une (1) missions pertinente pour des organismes/sociétés/structures ;
- iii. avoir une expérience avérée dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi de plans de communication;
- iv. avoir une bonne connaissance du paysage médiatique;

3- Un sociologue, spécialiste en communication

Il devra :

- i. être titulaire au moins d'un diplôme de niveau BAC+4 en sociologie, sciences sociales, anthropologie, psychologie ou équivalent ;
- ii. avoir une solide une expérience professionnelle dans la communication sociale et la conduite du changement avec au moins une (1) missions pertinente pour des organismes/sociétés/structures ;
- iii. avoir une bonne connaissance de la sociologie du milieu et du contexte politique et institutionnel.

4- Un designer infographe

Il devra :

- i. être titulaire d'un diplôme de niveau BAC+2 en communication, marketing, infographie ou équivalent;
- ii. avoir une solide expérience professionnelle dans le domaine de l'infographie avec au moins deux (2) missions pertinentes pour des organismes/sociétés/structures.

6. DISPOSITIONS GENERALES

- Les versions originales des livrables seront produits en français, le bureau se chargera de la traduction en langue arabe et anglaise lorsque c'est nécessaire ;
- Les membres de l'équipe dirigeante du Cabinet de Consultants resteront disponibles pendant toute la durée du contrat avec le gouvernement de la Mauritanie. Tout changement de personnel nécessitera l'approbation des autorités Mauritaniennes, notamment le MPME ;
- La présente consultation sera menée en étroite collaboration avec les insinuations nationales concernées. Conformément aux besoins du gouvernement, il s'agira également d'un processus consultatif qui peut impliquer la société civile, l'ITIE Mauritanie et les bailleurs de fonds ;
- La majeure partie des travaux se déroulera dans les locaux du Consultant, qui se rendra disponible pour les audio ou vidéoconférences, le cas échéant. Toutefois, une partie du personnel doit se tenir à disposition en local de manière à garantir la continuité des rencontres régulières qui auront lieu entre ces représentants locaux et le point focal désigné pour la présente consultation ;
- Ce travail sera développé en tenant compte des documents techniques, juridiques et politiques existants et futurs, relatifs aux développements du pétrole et du gaz en Mauritanie, à la gouvernance des ressources extractives et à la gestion des ressources naturelles ;
- Le Consultant formulera des recommandations écrites dûment documentées, répondant aux questions soulevées par les autorités Mauritaniennes et autres entités mandatées par lesdites autorités ;
- Le Consultant présentera des rapports d'étape mensuels (y compris les mises à jour sur les principales tâches, l'avancement des activités clés, les questions d'intérêt et les sujets de préoccupation) à partir d'un modèle élaboré avec les organismes bénéficiaires ;
- Tous les livrables seront transmis par voie électronique aux autorités Mauritaniennes, notamment le point focal pour revue et validation. Une fois les livrables seront mis en

version définitive, le consultant est tenu de fournir une version dument imprimée en quatre exemplaires ;

- Au moment des négociations du contrat, le consultant et le client fixeront les modalités d'exécution de la mission en fonction de l'évolution de la pandémie COVID-19.

7. CONFLITS D'INTERETS

Le bureau de Consultants est tenu de signaler tout conflit d'intérêts réel, apparent ou potentiel, résultant d'autres missions ou d'une participation antérieure à des missions similaires.

8. CONFIDENTIALITE

Le bureau des Consultants et/ou son personnel s'engage à ne divulguer aucune information portée à leur connaissance, directement ou indirectement, par les autorités, leurs filiales, ministères, ou toute autre partie prenante, de même que toutes les copies ou analyses effectuées par leurs soins, ou par des tiers, sur la base desdites informations. Le bureau des Consultants utilisera le Matériel exclusivement dans le cadre de la préparation des livrables relatifs à la présente mission. Les obligations de confidentialité ne seront pas applicables aux informations du domaine public. Le bureau Consultant ne donnera l'accès du Matériel à son personnel qu'en cas de nécessité absolue. Le Consultant informera explicitement ces personnes de la nature confidentielle dudit Matériel et, les soumettra aux obligations de confidentialité contenues dans les présents Termes de Référence. Les règles de confidentialité ici mentionnées restent valables sans limite au-delà de la fin de la mission.

9. Durée estimée de la mission

La Durée estimée de la mission est estimée à 600 hommes-jours