

الجمهورية الإسلامية الموريتانية  
شرف - إخاء - عدل

**RÉPUBLIQUE ISLAMIQUE DE MAURITANIE**

Honneur - Fraternité - Justice

Ministère du Pétrole, des Mines et de l'Énergie



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

**TERMES DE REFERENCE**

**Recrutement d'un cabinet chargé du développement et de la mise en œuvre  
d'une stratégie et d'une campagne de communication du projet GTA**

---

*Novembre 2021*

## **I. CONTEXTE PAYS**

La Mauritanie est un pays situé entre l'Afrique de l'Ouest, le Maghreb et le Sahara. Possédant une façade sur l'océan atlantique de 754 km, ce pays du Sahel s'étend sur une superficie de 1 030 700 km<sup>2</sup>. Sa population est estimée à 3,9 millions d'habitants d'environ selon l'Office National des Statistiques (2016). La Mauritanie jouit de ressources naturelles notamment minières, pétrolières et gazières non négligeables.

## **II. CONTEXTE SECTORIEL**

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 sa contribution à l'économie nationale, grâce à un renforcement du cadre juridique et des capacités professionnelles et institutionnelles.

L'absence d'une communication efficace et planifiée pourrait avoir un impact négatif sur le développement des ressources pétrolières et gazières et leur contribution à la croissance économique, au développement social et environnemental du pays. Par conséquent, la conception et la mise en œuvre d'une stratégie et d'une campagne de communication sont des éléments essentiels pour assurer la pérennité économique, sociale et environnementale des projets de développement pétrolier et gazier en Mauritanie. Une stratégie et une campagne de communication efficaces sont nécessaires pour mobiliser/engager toutes les parties prenantes au sein de la population, la société civile et les secteurs public et privé qui participeront aux différentes étapes des projets de développement pétroliers et gaziers en Mauritanie. En outre, la nature des ressources pétrolières et gazières (réservoirs off-shore pour les ressources pétrolières et gazières et les ressources gazières partagées avec le Sénégal) ainsi que la manière dont elles seront développées par les opérateurs et les entreprises nationales présentent un ensemble de défis complexes, et des opportunités en termes de cadres de développement économique, social et environnemental, et de gouvernance.

Dans ce cadre, le Projet d'appui aux négociations des projets gaziers et de renforcement des capacités institutionnelles (PADG), envisage le Recrutement d'un cabinet pour élaborer et mettre en œuvre d'une stratégie de communication du projet gazier Grand Tortue/Ahmeyim (GTA). Cette qui se déroulera conformément aux présents termes de références est financé par ce don de la Banque Mondiale.

## **III. OBJECTIFS**

L'objectif principal de la présente consultation est d'appuyer le Ministère du Pétrole, des Mines et de l'Énergie (MPME) dans l'élaboration d'une stratégie et une campagne de communication et de mobilisation/engagement, afin de s'engager efficacement et durablement avec les principaux acteurs sur les questions relatives aux projets de développement pétrolier et gazier notamment GTA :

- Les parties prenantes mauritaniennes du secteur gazier et pétrolier : administrations publiques, élus locaux, secteur privé, société civile, collectivités locales, journalistes, universitaires, etc. ;
- Les médias nationaux et internationaux, notamment les médias spécialisée dans les domaines Oil and Gas, de l'investissement privé, de l'économie et des finances, etc.;
- Les relais potentiels de communication : Chambre de commerce de l'industrie et de l'agriculture de Mauritanie (CCIAM), les chancelleries étrangères à Nouakchott, etc.

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 département des hydrocarbures, notamment pour accompagner les développements pétroliers et gaziers, en particulier le projet GTA ;

- La mise en œuvre d'une campagne d'information et de engagement/mobilisation des différentes 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;
- S'assurer de la bonne coordination entre les actions de communication du gouvernement, des différentes administrations et acteurs impliqués dans le secteur des hydrocarbures et ses 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 ;
- Contribuer à créer 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 ;
- Développer et mettre en œuvre un plan de formation et de renforcement des capacités dans le domaine de la communication et de l'engagement des parties prenantes, en faveur du personnel clé notamment le MPME et la Société mauritanienne des hydrocarbures (SMH).

Les rapports à délivrer seront produits d'abord en version provisoire auprès du MPME, puis en version finale tenant compte des commentaires des responsables désignés pour supervision et validation des documents.

#### IV. MISSIONS ET ACTIVITES

La présente consultation comprend les activités suivantes :

Activité 1 : Effectuer un état de lieu / diagnostic et évaluer les options existantes de communication. A cet effet, le MPME, la SMH et les autres parties prenantes, à identifier, doivent être pris en compte dans le cadre de réalisation des tâches suivantes :

- i. Production d'un diagnostic des mécanismes actuels de communication. L'objectif est de dresser un aperçu rapide des capacités du gouvernement à communiquer avec les publics clés, à gérer et à mettre en œuvre des stratégies de communication ;
- ii. Production d'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 SMH.

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 SMH qui piloteront la communication du secteur, la production de l'information et les activités de mobilisation et d'engagement avec les principaux publics cibles. Dans ce cadre, il est attendu de :

- i. Produire une cartographie des parties prenantes.
- ii. Segmenter et prioriser les principaux publics cibles en fonction des problématiques liées au domaine du pétrole et du gaz ;
- iii. Effectuer un sondage auprès des principales parties prenantes et représentants des publics cibles afin de recueillir leurs perceptions, centres d'intérêts et leurs opinions sur le développement pétrolier et gazier, les opportunités de croissance économique, la bonne gouvernance, les communautés locales, les moyens de subsistance, la gestion des recettes pétrolières, l'impact sur le secteur privé, développement durable et questions environnementales.
- iv. Élaborer une stratégie de communication précisant, entre autres, 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 ;

- v. Élaborer une feuille de route qui servira à la mise en œuvre de la stratégie de communication ;
- vi. Élaborer des messages clés qui reprennent et reflètent les principales appréhensions traitées lors des entretiens avec les parties prenantes et les publics cibles ;
- vii. Identifier les lacunes en matière de connaissances et les besoins d'information manquants, et énumérer les contenus et les supports de communication à développer ;
- viii. Appuyer le Gouvernement dans la mise en œuvre de la stratégie de communication et de la feuille de route validée.

**Activité 3 :** Développer et mettre en œuvre une campagne d'information et de sensibilisation, en cohérence avec la feuille de route. Cette campagne, menée principalement par le MPME et la SMH, sera destinée aux publics concernés notamment pour informer les citoyens (grand public), et d'autres parties prenantes identifiées dans la stratégie de communication. A cet effet, il est attendu de :

- i. Développer une campagne d'information destinée aux citoyens et aux membres de la société civile, et d'autres acteurs concernés tels que les chercheurs universitaires, les parlementaires, les médias, etc., afin de les édifier sur les questions de développement du pétrole et du gaz en Mauritanie. Dans ce cadre, il est prévu de réaliser 2 ateliers nationaux.
- ii. Proposer et concevoir des outils de communication, de mobilisation/engagement des citoyens et des parties prenantes, sur la base des besoins du gouvernement mauritanien, 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. Dans ce cadre, il est prévu de contribuer à optimiser les canaux de communication du MPME (site web et réseaux sociaux).
- iv. Élaborer et fournir un rapport d'évaluation de l'impact de la campagne de communication et de mobilisation/engagement, 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 :** Dans le cadre du volet de renforcement des capacités, proposer et assurer la formation de courte durée en communication et d'engagement des parties prenantes, pour le personnel clé du département. Les modules de cette formation doivent couvrir les aspects de l'accompagnement des dirigeants en matière de techniques de communication et d'engagement du public.

## V. LIVRABLES ET CALENDRIER

Les livrables attendus de la présente mission comprennent deux parties :

### A) Partie des livrables rémunérée au forfait :

N°	Livrable
1.	Rapport initial (cadrage & méthodologie)
2.	Rapport d'état de lieux et de diagnostic des besoins en matière de communication et de capacités institutionnelles
3.	Cartographie des parties prenantes, collecte des données et recueil d'opinions.
4.	Document de Stratégie de Communication.
5.	Feuille de route ou plan d'action
6.	Document de messages clé et éléments de langage
7.	Supports graphiques, audio-visuels et autres pour la campagne ( <i>qualité et quantité à préciser</i> )
8.	Rapport de campagnes de sensibilisation et de mobilisation (2 ateliers nationaux, rencontres, événements).
9.	Rapport de mise en œuvre du programme de formation
10.	Rapport final de la mission

Dans le cadre de la réalisation de ces livrables, il sera demandé au consultant de présenter un plan chiffré pour :

- La production et la diffusion des supports audiovisuels sur les médias nationaux, ainsi que dans les plates-formes de réseaux sociaux les plus visibles ;
- L'impression et la publication des supports graphiques.

### B) Partie rémunérée au temps passé :

Cette partie correspond aux actions relatives à tout ce qui relève de la mise en œuvre des plans d'actions opérationnels et aux missions de conseil en dehors de ce qui est mentionné dans la partie A et que le département pourra demander au bureau par la suite.

## VI. MODALITES D'EXECUTION

Les autorités mauritaniennes désignent, comme point focal, le conseiller chargé de communication au MPME, qui sera l'interlocuteur du cabinet retenu pour la présente mission.

- Le cabinet 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 supports et contenus tels que vidéos, infographies et autres moyens de communication.
- Le point focal du gouvernement de la Mauritanie, le MPME et la SMH mettront la documentation existante sur le projet à la disposition du cabinet des consultants. Les réunions avec le(s) représentant(s) de l'opérateur principal seront organisées en cas de besoin. Toutefois, le ou les représentant(s) du cabinet seront responsables de la collecte de toutes les informations faisant partie du domaine public, dont il aurait besoin.
- Tous les rapports fournis dans le cadre de la présente mission seront transmis aux autorités mauritaniennes, notamment au point focal qui veillera à la supervision de cette mission.

## VII. COMPETENCES ET PROFILS REQUIS

Le Cabinet de Consultants sera constitué d'une équipe 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 la communication institutionnelle, gouvernementale et politique, les sciences sociales, les technologies de l'information et des communications et l'analyse d'opinions. Les compétences requises sont les suivantes :

- Expérience approfondie dans le domaine de la communication relatif à l'élaboration de stratégies pour les gouvernements d'engagement des citoyens, notamment dans le domaine extractif, les relations avec les médias et leur engagement, les stratégies de médias sociaux, les campagnes numériques, le marketing social, et les activités connexes. Des attestations peuvent être demandées.
- 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 région. Une Connaissance et expérience dans le domaine de ces contextes en Mauritanie sera un atout ;
- Bonne connaissance du contexte médiatiques régional sera un atout ;
- 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 (au moins deux projets similaires au cours des dix dernières années) dans la rédaction réactive des documents professionnels sur la communication publique en langues française (ou anglais traduit) ; des échantillons écrits seraient souhaitables ;
- Expérience en conception graphique, réalisation des supports multimédias, notamment la documentation photos, vidéos et design des documents en PDF et autres outils de présentation ;

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

- Un chef de mission, expert en communication **idéalement dans le domaine des hydrocarbures**  
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 en communication, marketing ou équivalent. Une spécialisation dans le domaine de la promotion des politiques gouvernementales d'énergie sera un atout.
  - ii. justifier d'une expérience professionnelle d'au moins dix (10) ans dans la définition de stratégie de communication et ayant piloté au moins deux (2) missions similaires pour des structures gouvernementales ou entités d'envergure internationale (préciser les références) ;

- iii. avoir une expérience avérée dans un projet financé par la Banque Mondiale serait un atout.

- **Deux experts en communication, l'un spécialisé dans le domaine des hydrocarbures**

Ils devront :

- i. être titulaire au moins d'un diplôme de niveau BAC+4 en communication, journalisme ou justifier de l'équivalence à travers un acquis validé dans le domaine de communication institutionnelle ;
- ii. avoir au moins dix (10) ans d'expérience professionnelle dans la communication, idéalement avec au moins deux (2) missions similaires pour des gouvernements ou des structures d'envergure internationale (préciser les références) ;
- iii. avoir une expérience avérée dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi de plans et de stratégies de communication ;
- iv. avoir une bonne connaissance du paysage médiatique national. La connaissance du paysage régional et international sera un atout ;

- **Un(e) Sociologue, expérimenté en sciences politiques et en communication**

Il devra :

- i. être titulaire d'au moins un diplôme de niveau BAC+4 en sociologie, anthropologie, sciences politiques ou sociales ;
- ii. avoir au moins cinq (5) ans d'expérience professionnelle dans la communication sociale et dans la conduite du changement avec au moins deux (2) missions similaires pour des organismes/sociétés/structures d'envergure internationale (préciser les références);
- iii. avoir une bonne connaissance de la sociologie du contexte politique et institutionnel en Mauritanie;

- **Un e-Community Manager**

Il devra :

- i. être titulaire d'au moins un diplôme de niveau BAC+2 en marketing, journalisme, édition, infographie ou domaine équivalent.
- ii. Avoir au moins cinq (05) ans d'expérience avérée dans le domaine de création graphique et de renforcement de liens de confiance entre structures/entités et parties prenantes.
- iii. Avoir des bonnes aptitudes dans le domaine de création de contenu digital, rédaction d'articles résumé et rapide, créations graphiques, photos, vidéos, interviews et élaboration de synthèse à partir de documents.
- iv. Avoir des qualités rédactionnelles solides, bonne culture générale, goût pour les nouveaux médias, le net et parfaite maîtrise des réseaux sociaux notamment Facebook et Twitter.

- **Un designer infographe**

Il devra :

- i. être titulaire d'au moins un diplôme de niveau BAC+2 en communication, marketing, infographie ou équivalent ;
- ii. avoir au moins cinq (5) ans d'expérience professionnelle dans le domaine de l'infographie avec au moins deux (2) missions similaires pour des organismes/sociétés/structures d'envergure internationale (préciser les références).

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 toute autre structure pouvant contribuer à la bonne exécution des prestations.

Tout choix de sous-traitant nécessitera l'approbation du MPME via le point focal de la présente mission.

## **VIII. DISPOSITIONS GENERALES**

- i. Les versions originales des livrables seront produites en français, le bureau se chargera de la traduction de tout livrable définitif en langue arabe. Les documents destinés à l'usage de communication (supports graphiques, messages clé, éléments de langage et contenus audio-visuels) doivent être traduits également en arabe ;
- ii. Les membres de l'équipe dirigeante du Cabinet de Consultants resteront disponibles pendant toute la durée du contrat qui les liera au gouvernement de la Mauritanie. Tout changement de personnel nécessitera l'approbation des autorités mauritaniennes, notamment le MPME.
- iii. La présente consultation sera menée en étroite collaboration avec les parties gouvernementales concernées, notamment le MPME, et la SMH. Conformément aux besoins du gouvernement, il s'agira également d'un processus consultatif qui peut impliquer les opérateurs, la société civile, l'ITIE Mauritanie, élus, universitaires, organes de presse et médias, ainsi que les bailleurs de fonds.
- iv. La majeure partie des travaux se déroulera dans les locaux du Cabinet, qui restera disponible pour les audios ou vidéoconférences, le cas échéant. Toutefois, une représentation locale doit se tenir à la disposition du MPME de manière à garantir la continuité des rencontres régulières qui doivent avoir lieu entre le ou les représentants locaux et le point focal désigné pour la mission.
- v. Ce travail sera développé en tenant compte des documents techniques, juridiques et politiques existants, relatifs aux développements du pétrole et du gaz en Mauritanie, à la gouvernance des ressources extractives et à la gestion des ressources naturelles.
- vi. Le cabinet des Consultants formulera des recommandations écrites dûment documentées, répondant aux questions soulevées par les autorités mauritaniennes et autres entités mandatées par lesdites autorités.
- vii. Tous les livrables seront transmis par voie électronique aux MPME, notamment le point focal pour revue et validation. Une fois les livrables, notamment le document de la communication et celui de la feuille de route, seront mis en version définitive, le cabinet est tenu de fournir une version imprimée en quatre copies.

## **IX. CONFLITS D'INTERETS**

Le Consultant est tenu de divulguer tout conflit d'intérêt réel, apparent ou potentiel découlant d'autres missions. Lorsque le Consultant représente actuellement une partie ou des parties prenantes potentielles qui créeraient un conflit d'intérêt ou dans la mesure où un conflit d'intérêt pourrait survenir à l'avenir, le Consultant doit détailler toutes les mesures qui pourraient être nécessaires pour éviter les conflits d'intérêt en rapport avec l'exécution de cette mission



## **X. CONFIDENTIALITE**

Le Consultant est tenu de garder confidentielles toutes les informations reçues, recueillies ou communiquées, directement ou indirectement, par les autorités, agences, ministères, la Banque mondiale ou d'autres parties prenantes, ainsi que toutes les copies ou analyses qu'il a faites, ou qui ont été faites par des tiers, sur la base de ces informations (collectivement, le matériel). Le Consultant utilisera le matériel exclusivement pour fournir les services décrits dans les présents termes de référence. Les obligations de confidentialité ne s'appliquent pas aux informations du domaine public.

## **XI. DUREE ESTIMEE DE LA MISSION**

La mission se déroulera sur 6-8 mois.