TERMES DE REFERENCE POUR L’ACCOMPAGNEMENT EN COMMUNICATION
DE LA CAMPAN DE DISTRIBUTION DE MOUSTIQUAIRES 2020

EN MAURITANIE

# **Contexte**

Dans le cadre de la mise en œuvre de son Programme Pays 2018-2022, le bureau pays du PNUD en Mauritanie accompagne le gouvernement dans la mise en œuvre de projets portant sur la promotion de la gouvernance démocratique et institutionnelle ; le renforcement de la croissance inclusive durable et la promotion des moyens de production respectueux de l’environnement. A cet effet, des initiatives importantes sont développées avec différents ministères et des partenaires techniques et financiers. Spécifiquement le PNUD apporte un appui pour le déploiement de la campagne de distribution des moustiquaires imprégnées.

En vue d’apporter la visibilité requise à ces différentes initiatives et contribuer à informer le public sur les résultats clés du programme pays, le PNUD envisage de s’adjoindre les services d’un cabinet spécialisé en communication, évènementiel, infographie.

# **Objectifs**

L’objectif recherché étant double :

1)- Informer la population bénéficiaire des moustiquaires sur les dates de distribution ainsi que le mode d’utilisation des moustiquqires ;

2)- d’accompagner le Ministère de la sante avec la visibilité, et l’écho médiatique requis pour mieux informer le public en général, les institutions ainsi que les partenaires nationaux et internationaux sur les résultats transformationnels obtenus, et les initiatives en cours. Spécifiquement il s’agira de :

* Informer la population des 21 Moughataas sur la campagne de distribution de moustiquaire
* Appuyer le Ministère dans la préparation et diffusion à la radio/télé des émissions en langue nation ou polyglotte de concert avec la Direction de l’Information sanitaire et le PNUD. Cette émission serait diffusée sous forme de débat ou table ronde et rediffusée deux à trois fois dans la semaine à des heures d’audience différentes pour permettre une plus large diffusion.
* Publier des histoires narratives sous format audio et vidéo à la TV et Radio nationale à travers lesquelles les bénéficiaires pourraient témoigner et faire part de leurs expériences grâce à des récits poignants identifiées auparavant et contenant l’essentiel des messages clés. Ces spots seront également diffusés à travers les réseaux sociaux les plus communs en Mauritanie (Facebook et Whatsapp).
* Faire intervenir des ambassadeurs de bonne volonté, des leaders d’opinion et des partenaires tels que des Imams, personnel de santé, maires, chefs de villages etc.
* Elaborer et mettre en œuvre le plan média de la campagne de concert avec la Direction de l’information et le PNUD.

La diffusion de produits de communications adaptés aux médias sociaux et l’insertion d’encart d’information et de sensibilisation dans des publications clés ainsi que l’établissement de divers supports visuels de communication sur le site d’accueil du PNUD et du Ministère de la santé ayant été retenus comme canaux de communication porteurs pour cibler le public international qui peut contribuer aux efforts de développement durable de la Mauritanie.

Au titre des activités de la campagne de distribution de moustiquaires il est attendu en outre la production et la diffusion de spots d’information et de sensibilisation sur des grandes chaines audio et télévisuelles nationales des 21 Moughataas ciblées dans 7 Wilayas (**HODH ELCHARGHI, HODH ELCHARGHI, ASSABA, TAGANT SELIBABY, KAEDI et ALEG).** La stratégie prévoit la distribution fixe de 4 MILDA en milieu rural et 3 MILDA en milieu urbain.

Les présents termes de référence présentent les activités attendues d’un prestataire de services : agence ou cabinet de communication ou consortium d’agences de communication pouvant assurer selon les normes minimales préconisées la communication pour accompagner les activités du programme.

# **Les Prestations attendues**

## Service 1 : Campagne de distribution de Moustiquaires

## 1.1 Production de spot d’information et de sensibilisation sur la Campagne de Distribution de moustiquaires

* Proposer 2 scénario/synopsis du spot audio et clip TV d’information et de sensibilisation d’une durée de 30 à 45 secondes sur la distribution de moustiquaires
* Le spot est composé d’images vidéo et/ou d’animation avec une voix de commentaires qui peut être décliné en élément sonore pour diffusion radiophonique et TV ;
* Les spots sont en français avec une déclinaison dans 6 langues nationales
* Les logo des partenaires institutionnels de l’événement seront apposés sur le support produit.
* La livraison du produit est requise à des dates convenues en fichier numérique HD, SD et digital répondant aux spécifications cités en annexe.

Description des 2 spots audio et vidéo

* + Informer les populations sur la distribution de Moustiquaires à venir et l’importance de l’utilisation des MILDAS.
	+ Sensibiliser la population sur l’importance de l’Utilisation des moustiquaires imprégnées d’insecticides comme prévention du paludisme

## 1.2 : Proposer et élaborer les maquettes des différents supports visuels utiles pour la CPAD

* Production de messages et impression de deux affiches auto collant 60/40/2 (au total 1100 affiches)
	+ Promotion de l’accrochage et l’utilisation des moustiquaires
	+ Importance de dormir sous les moustiquaires
* Production de message et préparation de 2 banderoles

1.3

1.4 Appuyer le Ministère dans la production de message audio en 4 langues locales

Production Clip chanson et diffusion ( 2 min en 4 langues nationales)

## Service 2 : Production de documentaire et reportage photo

* Reportage photo et vidéo (courte témoignage des bénéficiaires) dans au moins 3 Wilayas.
* La livraison des produits est requise pour des dates qui seront indiquées par le PNUD, en fichier numérique HD, SD et digital répondant aux spécifications cités en annexe.
* Le logo du gouvernement et des partenaires institutionnels seront apposés sur les supports produits.

## Service 3 : Diffusion des spots sur les chaines audio-visuelles nationales avant, pendant et après la campagne (40 jours).

* 10jours avant la campagne (informer la population sur la campagne)
* 10 jours pendant la campagne (sensibilisation sur l’utilisation des moustiquaires)
* 20 jours après la campagne (sensibilisation sur accrochage et utilisation des moustiquaires)

## Service 4 : Appuyer le Ministère dans l’elaboration de messages pour les médias sociaux informatifs sur les activités de la distribution

## Service 6 : Développement d’un site web dédié à la Campagne de Distribution de Moustiquaires

* Proposer un site web attractif pour la présentation des supports de communication de la CDM
* La livraison de carte d’invitation pour le lancement de la CDM
* Etc.

# **Méthodologie de travail minimale**

* Le prestataire travaillera en étroite collaboration avec le PNUD, la Direction de l’information sanitaire du ministère de la santé et la DLMT
* Les supports de communication proposés sont à valider par le PNUD et le Ministère de la santé avant production finale.
* Le prestataire mobilisera ses ressources humaines et matérielles pour la bonne réalisation des services demandés.
* L’ensemble des services est constitué d’un seul lot.

# **Critères de qualité minimale**

* Les spots diffusés sont de bonne qualité et le plan média est respecté
* Les banderoles et autres imprimés sont de bonne qualité
* Les insertions paraissent dans la presse nationale et au niveau des médias sociaux

# **Qualification du prestataire**

Le prestataire sera une agence ou un cabinet de communication ou un consortium d’agences de communication.

* Il soumettra une offre technique et une offre financière.
* L’offre technique comprendra notamment les commentaires sur la compréhension des services attendus du prestataire et des propositions d’idées créatives pour la mise en œuvre des différentes prestations envisagées.
* L’offre financière comprendra les éléments de prix unitaires, le montant total pour chaque service et le montant global de l’ensemble des prestations.
* Il fournira les éléments prouvant qu’il est légalement constitué et en règle avec les questions fiscales ;
* Il apportera la preuve des ressources humaines et matérielles en sa possession, pour mener l’ensemble des services demandés ;
* Il démontrera des expériences probantes en production de supports audio-visuels et en placement publicitaire de même type et de même grandeur.

# **Durée de la mission : 40 jours**

# **Experts pour accompagner la mission : 2 ( spécialiste en matière de communication et spécialiste en marketing social)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Activités proposées par** | **Activités validées par** | **Activités approuvées par** |

**Annexe 1 :** Plan média indicatif pour la diffusion de spots et placement publicitaire

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ***Description*** | ***unite*** | ***Quantité*** | ***Protocole*** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
| Banderolles PVC ok |   | 60 | 2 par Moughataas et 2 par Wilayas |
| Affiche auto collant 60/40/2 types affiches |  | 1100 |  |
| Production Clip chanson et diffusion ( 2min en langue nationale) |  | 4 | 1 spot par langue  |
| Reportage photo et courte vidéo |   | 1 | Pendant toute la durée de la campagne 10 jours (1+6+1) |