

Termes de référence

Campagne de communication nationale pour la promotion de la plateforme FEDDAI

Ces termes de référence définissent les objectifs et les activités principales pour une campagne de communication sur la plateforme FEDDAI

Le dossier de candidature doit comprendre :

- Une offre technique comprenant une note de compréhension des termes de référence, les curriculums vitae des Expert.es pressenti.es ;
- Une offre financière détaillée.

Les offres doivent être adressées avant le 31 août 2025 à 18h GMT à contact@FEDDAI.com

Elles doivent avoir pour objet : « *Campagne de Communication FEDDAI* ». Pour toute information complémentaire, vous pouvez envoyer un courriel à cette même adresse.

1. Contexte

Dans son programme Mon Ambition pour la Patrie, SEM le Président de la République Mohamed Ould Cheikh El Ghazouani souligne que la société civile est un acteur important dans le développement socio-économique du pays. A la vue de ce rôle, le CDHAHRSC a élaboré la stratégie nationale de promotion des ONG et des organisations communautaires de base, qui prévoit un espace d'échange entre le gouvernement, la société civile et les PTF.

C'est dans ce cadre que s'inscrit la mise en place la plateforme de FEDDAI qui vise à renforcer la transparence et la redevabilité de la société civile mauritanienne.

Cette plateforme favorise une circulation fluide de l'information, promeut la transparence et renforce la coopération tripartite entre la société civile, l'État et les PTF, avec pour objectif ultime d'améliorer l'efficacité du développement en Mauritanie.

Ces Termes de Référence s'inscrivent dans cette dynamique et sont publiés dans le cadre du projet "Graines de Citoyenneté", qui appuie le CDHARSC dans la structuration de la société civile et la promotion de la plateforme FEDDAI.

2. Objectifs de la campagne

a) Objectif général

Promouvoir l'utilisation de la plateforme FEDDAI comme un outil central d'information, d'échanges et de transparence entre la société civile, le gouvernement et les partenaires.

b) Objectifs spécifiques

- Sensibiliser les OSC à l'échelle nationale sur les avantages et services de FEDDAI (formations en ligne, appels à projets, documentation officielle, études, annuaire, etc.).
- Encourager les OSC à valoriser leurs actions sur la plateforme en publiant régulièrement leurs initiatives.
- Inciter les PTF à partager leurs stratégies et appels à propositions via la plateforme.
- Inciter les différents départements ministériels à partager leurs stratégies nationales pour publication.
- Informer les parties prenantes nationales et internationales des opportunités offertes par FEDDAI en matière de renforcement des capacités et de plaidoyer.

3. Public cible

Les cibles primaires incluent :

- Les Organisations de la société civile (OSC)
- Les Partenaires techniques et financiers (PTF)
- Les Institutions gouvernementales.

Les cibles secondaires comprennent les citoyens et les médias.

Chaque segment sera ciblé par des actions adaptées en termes de message, de langue et de canal de diffusion.

4. Stratégie de communication

La stratégie pourra reposer sur plusieurs axes de diffusion :

- Médias traditionnels : Spots radio et TV, communiqués de presse, articles dans les journaux nationaux.
- Médias numériques : Campagnes sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, YouTube), newsletters ciblées, bannières web, influenceurs.
- Ateliers et événements : Sessions d'information et de formation dans les principales régions.
- Caravane de communication : Promotion itinérante pour sensibiliser les populations locales.
- Webinaires interactifs

5. Activités principales

- Conception des messages : Élaboration de messages adaptés aux différents supports et publics cibles. Les messages pourront être en plusieurs langues selon les besoins.

- Production des supports de communication : Création d'infographies, brochures et contenu pour les réseaux sociaux.
- Diffusion : Publication et diffusion sur les différents canaux durant 3 mois.
- Suivi et évaluation : Analyse des indicateurs de performance (évolution du nombre d'utilisateurs, interactions sur les réseaux sociaux, participation aux événements, taux d'engagement des OSC et PTF).

6. Durée de la campagne

La campagne se déroulera sur une période de 3 mois du mois d'Octobre au mois de Décembre.

7. Budget prévisionnel

Le montant maximum prévu pour cette prestation est de 13 000 Euros.

L'offre financière devra être détaillée comme suit et intégré l'ensemble des frais nécessaire au déroulement de la campagne :

- Production de supports : Affiches, brochures, vidéos.
- Frais de diffusion : Achat d'espaces publicitaires (TV, radio, réseaux sociaux).
- Organisation d'événements : Ateliers, caravanes de sensibilisation.

Le budget alloué à cette campagne étant limité, une attention particulière sera portée aux offres proposant un bon rapport qualité-prix. Les propositions intégrant des stratégies de diffusion à coût réduit, notamment par le biais de réseaux déjà établis avec des organisations internationales, seront fortement valorisées. Une approche collaborative, reposant sur des partenariats bénévoles pour relayer les messages de la campagne, constituera un atout majeur dans l'évaluation des candidatures.

8. Résultats attendus

Pour les OSC :

- Augmentation de l'utilisation de la plateforme pour les formations en ligne et la consultation des documents au niveau National.
- Augmentation des OSC qui postulent à des appels à projets
- Participation active des OSC à la mise à jour de contenus et à l'animation de la plateforme.

Pour le Gouvernement :

- Participation active des différentes directions à la mise à jour de contenu et à l'animation de la plateforme à travers le partage des stratégies nationale en arabe et en français des leurs validation et autres document important.
- Publication des appels à projet des différentes directions
- Consultation de l'annuaire des OSC afin d'identifier des partenaires.

Pour les PTF :

- Partage des appels à projets
- Partage des études en français et en arabe pour publication
- Intégration au sein de l'annuaire des PTF

Un rapport final sera rédigé à l'issue de la campagne en y intégrant une étude de satisfaction afin de connaître le retour des OSC sur l'utilité de la plateforme et proposer des ajustements si nécessaire.

9. Profil souhaité

1. Expérience avérée en communication institutionnelle : Le/la candidat-e devra justifier d'une solide expérience dans la conception et la mise en œuvre de campagnes de communication à l'échelle nationale, notamment dans des contextes liés au développement, à la société civile ou à l'administration publique.
2. Maîtrise des médias, canaux locaux et réseaux sociaux : Connaissance approfondie de l'écosystème médiatique mauritanien (TV, radio, presse, réseaux sociaux), y compris les spécificités régionales et linguistiques (français, arabe et langues nationales).
3. Capacité à gérer des campagnes multi-supports : Compétences en production de contenus multimédias (visuels, vidéos, messages en plusieurs langues), en diffusion numérique et traditionnelle, et en animation d'événements (ateliers, caravanes, webinaires).
4. Compétences en coordination et suivi-évaluation : Capacité à proposer une méthodologie rigoureuse pour le suivi des indicateurs de performance et à produire un rapport final incluant des recommandations.
5. Réactivité et capacité à travailler avec des institutions : Expérience dans la collaboration avec des partenaires institutionnels et internationaux, bonne capacité d'adaptation aux procédures administratives.

10. Grille d'évaluation

Compréhension des TDR et méthodologie	
Les objectifs et exigences de l'étude ont-ils bien été analysés et compris ?	5
La méthodologie proposée est-elle claire et pertinente ?	5
Les médias et supports de communication sont-ils adaptés au contexte et aux cibles ?	5
Adéquation de l'équipe	
Les compétences et les expériences des consultants sont-elles en adéquation avec les Tdr (expérience de travail avec des institutionnels, réalisation de campagne à échelle nationale, travail avec les jeunes et les OSC)	5
L'équipe proposée est-elle complémentaire? (diversité des compétences : communication, graphisme, coordination, suivi-évaluation, langues)	5
Offre financière	
Les coûts sont-ils raisonnables et bien évalués et répartis sur les différentes phases du projet ?	10

Annexes : Publications concernant FEDDAI

- Ambassade de France en Mauritanie : [Soutenue par... - Ambassade de France en Mauritanie | Facebook](#)
- Banque Mondiale : [#Mauritanie | La Banque... - Banque mondiale Région Afrique | Facebook](#)
- Banque Mondiale : [Banque mondiale AFR sur X : "#Mauritanie | La @BM_Afrique, partenaire de l'espace Fedda-i, pour un développement inclusif ! Cette plateforme innovante améliore le dialogue entre la société civile, l'État MR et les Partenaires.
🔗 <https://t.co/85dQb7t4mp> <https://t.co/LyP6mYDyzi>" / X](#)
- Union Européenne : [Connaissez-vous le FEDDAI... - Union européenne en Mauritanie | Facebook](#)
- Projet Nafore d'USAID : [Espace de Partage pour la... - Programme USAID Nafooré | Facebook](#)
- Projet Edifis d'Expertise France: https://www.linkedin.com/posts/parteneriat-edifis_espace-de-partage-pour-la-soci%C3%A9t%C3%A9-civile-activity-7240336073753587712-IEKk?utm_source=share&utm_medium=member_android
- Programme Graines de Citoyenneté & Grdr Mauritanie : <https://www.facebook.com/share/p/1Yk7TV2iiz/>