

TERMES DE RÉFÉRENCE POUR L'ÉLABORATION DU PLAN DE COMMUNICATION ET CONCEPTION DE MATÉRIEL VISUEL POUR LE PROJET MAIS

Code budget : 22EEP002

Projet : MAIS

Élément d'imputation : Act. 4.1 MedCités Plan de communication et identité visuelle du projet

Introduction

L'Association MedCités/MedCities est une association de mairies et unions de villes, siégeant à Barcelone, consacrée au développement urbain durable en Méditerranée. Elle est constituée par 67 membres de dix-sept états différents et met en œuvre des projets dans les domaines de la planification stratégique urbaine, des services urbains et de l'environnement, du développement social et économique local, ainsi que des activités de formation, d'aide technique et de capitalisation des bonnes pratiques. Le réseau a été créé en 1991 et, depuis lors, il a mené des dizaines de projets au sein des villes méditerranéennes.

Le projet «MAIS : Mobilité Active et Intelligente à Sfax à travers des actions et initiatives novatrices en matière d'économie d'énergie et de résilience aux changements climatiques» vise à favoriser la transition de la ville de Sfax vers le développement urbain vert et résilient face au changement climatique, à travers d'une mobilité urbaine durable contribuant aux engagements nationaux en matière d'économie d'énergie et de promotion des énergies renouvelables et aux engagements internationaux (Agenda ODD 2030).

La municipalité de Sfax est le chef de file du projet, en partenariat avec la Municipalité de Chihia et MedCités. Le projet est financé par l'Union Européenne et compte sur des contributions du Gouvernement de Catalogne, de la GIZ et de la compagnie Taparura.

Les objectifs spécifiques du projet sont : a. Améliorer la qualité de vie des citoyens des communes de Sfax et Chihia à travers des initiatives de mobilité active et intelligente, économe en énergie et à faible intensité de carbone ; b. Renforcer la capacité des acteurs de la ville pour implémenter des actions en faveur de la mobilité durable, à travers la promotion des partenariats multi-niveaux, des schémas de financements innovants et de la sensibilisation, et contribuer au transfert des expériences réussies à d'autres villes tunisiennes et des villes de la région du voisinage Sud.

Le projet MAIS priorise comme groupes cibles : a. les représentants techniques et politiques de la commune de Sfax et de Chihia ; b. les représentants des administrations publiques déconcentrées et des organisations locales, notamment les associations, impliquées dans la mobilité urbaine durable ; c. la société civile ; d. les citoyens de la ville de Sfax et Chihia ; e. les entreprises privées qui offrent des services relatifs aux nouvelles technologies et à l'intelligence artificielle dans le domaine du transport en Tunisie en général et à Sfax en particulier ; f. les élus et techniciens des autres villes tunisiennes et la Fédération Nationale des Communes Tunisiennes (FNCT) et ceux de municipalités méditerranéennes à travers MedCités.

Le projet MAIS accorde beaucoup d'importance à l'engagement et la sensibilisation de l'ensemble des groupes concernés et ciblés par le projet. Notamment en ce qui concerne la participation citoyenne à Sfax et à Chihia, celle-ci est perçue comme étant stratégique pour assurer l'appui aux mesures innovantes et la perméabilité des résultats du projet au long

terme. La bonne compréhension des actions du projet, de ces résultats, ainsi que l'attention attirée par les éléments de communication du même sont essentiels à cet objectif.

En deuxième terme, la concertation avec les acteurs locaux et régionaux et aussi importante à tenir compte lors de l'élaboration du plan. Les actions de communication devront appuyer l'implication effective des acteurs locaux et régionaux pertinents, et assurer la dissémination et le transfert des résultats et apprentissages du projet en vue d'ouvrir des espaces d'échanges et de dialogue et de recueillir les feedbacks de toutes les parties prenantes.

Il est important de noter que l'objectif ciblé pour l'axe communicatif du projet est de 1.000 personnes par an directement touchées par les activités, tandis que la totalité des populations de Sfax et Chichia sont les cibles indirectes.

1. Objectif

L'objectif de cette prestation de services est l'élaboration du plan de communication et conception de matériel visuel pour le projet MAIS.

2. Portée des services

La portée et les caractéristiques des services sont les suivantes :

A. Conception de la Charte Graphique ou identité visuelle du projet et des outils de communication :

A.1. Conception de la Charte Graphique (stylebook) du projet MAIS qui traduira visuellement les objectifs et valeurs du même, et déclinable aux différents axes et actions prévues par le projet. Il s'agit de l'élément de base et définisseur des actions communicatives du projet, tant en ligne comme hors ligne. Celle-ci devra inclure :

- Trois (3) propositions de logo, et un (1) logo définitif après validation des partenaires ;
- Deux (2) propositions de typographie et de couleurs ;
- Liste de 15 icônes qui représenteront visuellement les concepts et messages clés du projet sur les brochures et roll-ups du projet.

La charte graphique devra être conforme aux obligations de [visibilité du financement de l'Union Européenne](#).

A.2. Conceptualisation des outils de communication suivants:

- 1 roll up bilingue (français et arabe) de présentation du projet (Mai 2022)
- 1 roll up bilingue (français et arabe) de présentation des premiers résultats du projet (Avril 2023)
- 1 banderole bilingue (français et arabe) de présentation du projet (Mai 2022)

A.3. Conceptualisation des modèles (templates) suivants. Ils seront modifiables et utilisables en ligne et hors ligne dans les formats pertinents (.ai, .ppt...) :

- Bannière événement (déclinable en format papier, réseaux sociaux pour web ou réseaux sociaux).;
- Agenda événement

- Rapports à publier (couverture et contre page);
- Fiches techniques ;
- Présentation Power Point

A.4. Design d'un paquet d'éléments visuels du projet (type illustrations) utilisables et applicables dans les documents et présentations : références visuelles de la ville de Sfax et des thèmes de l'environnement, mobilité durable, mobilité active et mobilité électrique, énergies renouvelables, et photos générales.

B. Élaborer le plan de communication du projet MAIS qui inclura :

- Une définition des objectifs de l'action communicative du projet et une analyse type SWOT (forces, faiblesses, opportunité et menaces) de celle-ci.
- Une cartographie des parties prenantes et des groupes cibles de la communication.
- Une identification des activités et moments forts du projet d'un point vu communicatif, avec un potentiel multiplicateur des résultats tant au niveau local, comme régional comme en région MED.
- Sur cette base, un plan de diffusion adapté aux différents groupes et parties prenantes tenant compte des activités du projet moments forts identifiés.
- Une description des actions de communication du projet concernant tant les canaux traditionnels comme les innovants. Celle-ci sera accompagnée d'un chronogramme indiquant leur plan d'implémentation, ainsi qu'une description des avantages et résultats espérés pour chaque une. Ces actions comprendront, mais pas uniquement : publications aux bulletins d'action locales (Sfax et Chihia) et internationales (le Gouvernement de Catalogne, MedCities) et des partenaires associés ; publications des notes de presse ; publications dans les médias sociaux des partenaires et des associées ; la production de deux (2) vidéos (de présentation du projet et de diffusion des résultats à la fin); création d'outils comme l'affichage urbain, brochures, banderoles. Cette liste n'est pas exhaustive et d'autres propositions sont les bienvenues.
- L'identification et création des outils et moyens nécessaires à l'implémentation des actions identifiées (ex. : profile Twitter du projet, page Facebook du projet, etc.). Le prestataire ne sera pas responsable de l'alimentation de ces outils pendant la durée du projet.
- Une proposition de slogan (ou autre outil liés au storytelling) du projet visant à aider à la présentation et popularisation des objectifs et de la portée du même selon différents groupes cibles.
- Un système d'évaluation des résultats et de l'impact des actions de communication, y compris des indicateurs de performance, ainsi qu'un outil de suivi des différentes campagnes de communication du projet

Le Plan de Communication sera livré en Juillet 2022 mais une révision sera requise et livrée en Avril 2023 afin de l'accommoder et actualiser au déroulement du projet.

Le plan observera attentivement les indications des partenaires du projet, notamment en ce qui concerne les règles de visibilité établie par le [Manuel de communication et de visibilité pour les actions extérieures de l'Union Européenne](#).

- C. Élaboration d'un (1) guide d'orientation pour les campagnes des journées annuelles sans voitures à Sfax et à Chihia, toutes les deux incluses dans le plan de communication du projet comme des moments forts de l'action communicative. Ce guide inclura :
- Une proposition d'outils de communication pour les journées sans voiture (annuels en automne), y incluse : slogan et visuel qui seront adaptées après en format affiches, brochures, etc.
 - Une proposition de retro planning pour la préparation de la journée sans voiture du point de vue de la communication.

Considérations importantes liés à la langue des matériaux :

Les modèles et les visuels du projet doivent être publiables en français et en arabe. De préférence, le roll up et banderole seront en version bilingue (sur un même document les deux langues). Les modèles de fiches de rapport, agenda, power point, etc. seront produites en version française et arabe.

L'échéancier prévu pour les résultats de ce service est :

Action	Date
A.1. Conception logo du projet (3 options) Révision et finalisation du logo après validation	18 Mai 2022 25 Mai 2022
A.2. Conception et finalisation des outils communication suivants: 1 roll up bilingue (français et arabe) de présentation du projet et 1 banderole bilingue (français et arabe) de présentation du projet	30 Mai 2022
A.3. Conceptualisation des templates spécifiés A.4. Conceptualisation du paquet d'éléments visuels projet B. Version provisionnelle du Plan de communication C. Version provisionnelle du guide pour les journées sans voiture	30 Juin 2022
B. Version finale du Plan de Communication C. Version finale du guide pour les journées sans voiture	31 juillet 2022

A. Conceptualisation de la deuxième roll up du projet : 1 roll up bilingue (français et arabe) de présentation des premiers résultats du projet	28 Avril 2023
B. Version actualisée du plan de Communication	
Rapport final d'activité	

Profil recherché

- Le prestataire devra prouver une expérience relevant en matière d'élaboration de stratégies de communication ciblées, de conception d'identité visuelle et d'élaboration de matériels de communication similaires à ceux demandés.
- Des projets similaires incluant le design d'un logo et la déclinaison de la charte graphique dans plusieurs outils communicatifs est requise.
- Une expérience dans des projets avec fonds internationaux sera positivement valorisée.
- Connaissance du contexte local de Sfax sera hautement appréciée
- Disponibilité pour des réunions en face à face à Sfax, requise
- La maîtrise de l'arabe et du français est nécessaire, la maîtrise de l'anglais sera positivement valorisée.

3. Typologie du service, durée et lieu d'exécution

Ces termes de référence et la proposition gagnante définiront les conditions de la prestation en tant que contrat de prestation de services à partir de la notification d'engagement jusqu'au 28 Avril 2023. Le service sera prêté dans les prémisses du prestataire de manière télématique avec des réunions régulières sur place à Sfax, Tunisie.

Le service sera régi par la législation catalane, la législation espagnole et les cours et tribunaux de Barcelone.

4. Budget de base du service

Le budget maximum de la prestation demandée est de 6.611,57 € (toutes taxes comprises). Si l'adjudicataire à son domicile fiscal en Espagne, le montant maximum sera de 8.000,00€, TVA comprise en vigueur à la date de publication de ces termes et conditions de référence, et qui est de 21 %.

Toute offre d'un montant supérieur à ce budget sera refusée.

Le budget doit inclure tous les frais que l'adjudicataire doit engager pour le bon accomplissement des prestations sollicitées comme, à titre général, les frais financiers, d'assurances, les transports et déplacements, les honoraires du personnel à sa charge, les frais de vérification et la prestation.

5. Prix du contrat et conditions économiques

Les coordonnées administratives de l'organe adjudicateur sont :

ASSOCIATION MEDCITIES ET/OU MEDCITÉS
C / 62, 16-18, EDIFICI B, ZONA FRANCA
08040 BARCELONA – CATALOGNE - ESPAGNE
VAT : ESG66401258

Le prix du contrat est celui qui est défini à l'adjudication, conformément à l'offre présentée.
3 factures doivent être présentées avec le détail suivant :

- 40% du montant à date de 30 juin 2022 sur présentation des livrables A1, A2, A3 et A4.
- 40% du montant à date de 31 juillet 2022 sur présentation des livrables B et C
- 20% du montant à date de 28 Avril 2023 sur présentation des livrables D et rapport final d'activités.

Les factures doivent contenir au moins les informations suivantes :

- Nom, adresse complète et numéro d'identification fiscale du fournisseur
- Données complètes de MedCités
- Numéro de facture
- Date de la facture
- Code budget et nom du projet indiqués dans l'en-tête de ce document
- Description du service fourni
- Détail du montant de la prestation et des taxes (le cas échéant)

Le délai de paiement de la facture sera le suivant : virement bancaire environ 30 jours après la date de la facture (les coordonnées bancaires sont requises) et toujours après un rapport interne favorable émis par le Secrétariat général de MedCités à la fin de chaque phase.

Les prestataires de services devront assumer directement les impôts locaux et nationaux s'appliquant, sauf s'ils possèdent leur domicile fiscal en Espagne. Dans ce cas, la législation fiscale espagnole en vigueur en matière d'impôt sur le revenu des personnes physiques (IRPF) s'appliquera.

Les factures doivent être envoyées soit par la poste aux bureaux du Secrétariat général de MedCités ou, si elles sont au format numérique, à contact@medcities.org.

Les commissions bancaires provenant du paiement des factures seront prises en charge à parts égales (SHA selon la codification bancaire).

MedCités peut exiger au prestataire de services retenu toute l'information nécessaire quant à ses obligations en matière de paiement de ses cotisations à la Sécurité Sociale ou de ses impôts à l'administration fiscale.

Les prestataires hors UE seront tenus de présenter une attestation de résidence fiscale dans les 7 jours calendaires suivant l'attribution du service. Si le document susmentionné n'a pas été fourni à MedCités dans les 7 jours, le contrat peut être résilié.

6. Conditions de participation

Toutes les personnes physiques ou morales ayant la pleine capacité d'agir, ne faisant l'objet d'aucune interdiction de prestation de services, et pouvant démontrer leur solvabilité technique et leur expérience professionnelle peuvent proposer leurs services.

7. Clause de confidentialité

General Secretariat

L'information à laquelle le prestataire de services retenu aura accès pour accomplir l'objectif de ce contrat doit être de nature confidentielle et elle ne peut être utilisée pour toute autre activité que celle prévue dans le présent contrat. Si une utilisation particulière de l'information génère des doutes quant au respect de cette clause de confidentialité, le prestataire de services retenu doit demander, dans tous les cas, le consentement de MedCités.

8. Paternité et propriété des travaux

La propriété et la paternité des travaux du service reviendront à MedCités. Toute utilisation ou mention dans des publications, articles, interviews, conférences, etc., dans n'importe quelle langue, doit faire l'objet d'une autorisation expresse de MedCités en sa qualité de propriétaire.

9. Résiliation du service

Le service pourra être résilié par l'une des parties pour toute raison objective avant la date stipulée au point 3 des présents termes et conditions de référence, avec un préavis d'un mois ou pour le motif décrit au dernier alinéa du point 4 des présents termes de référence.

10. Présentation de l'offre

L'offre doit être présentée à l'adresse électronique : contact@medcities.org

- Délai de présentation des offres : 10 jours ouvrables à partir de la date de ces termes et conditions de référence.
- Indiquer dans l'objet du courriel "Offre pour l'élaboration du plan de communication et conception de matériel pour le projet MAIS".
- L'offre présentée doit obligatoirement indiquer clairement : la raison sociale, l'adresse, le téléphone, le courrier électronique et le numéro d'identification fiscale (VAT) de l'entreprise candidate.

L'offre doit inclure l'ensemble des services et des conditions décrits aux points précédents. Indépendamment de la possibilité pour le candidat de joindre à son offre toute l'information complémentaire qu'il peut juger utile, cette information doit obligatoirement contenir la documentation suivante :

- L'offre détaillée des services
- La proposition économique : les candidats devront présenter une proposition économique en euros signée par eux-mêmes ou par leurs représentants. Les prix mentionnés devront inclure tout type d'impôt, de taxe ou prélèvement fiscal d'ordre européen, national, régional ou local, comme indiqué aux points 5 et 6 des présents termes et conditions de référence.
- Le CV du professionnel ou de l'entreprise et de l'équipe de travail, en indiquant des exemples de travaux similaires les plus significatifs déjà effectués et, le cas échéant, expérience internationale.

Dans le cas où des informations supplémentaires seraient nécessaires pour présenter l'offre, nous vous invitons à contacter MedCités en écrivant à l'adresse email contact@medcities.org. Seules les questions écrites sur les clarifications de la présentation des offres recevront une réponse.

MedCities peut demander des informations supplémentaires concernant la proposition si elle le juge approprié. Si tel est le cas, les propositions qui nécessitent des éclaircissements doivent recevoir une réponse dans un délai raisonnable établi par l'équipe d'évaluation.

11. Critères d'évaluation

L'offre la plus avantageuse devra être déterminée en tenant compte du rapport coût-efficacité de l'ensemble de la proposition. L'évaluation pourra tenir compte du rapport qualité-prix.

MedCities garantira l'égalité dans le traitement des personnes/entreprises candidates, et elle maintiendra les offres confidentielles.

L'identité de la personne/entreprise adjudicataire sera annoncée dans un délai de 5 jours ouvrables à partir de la date limite de présentation des offres.

Barcelone, 26 avril 2022

Josep Canals Molina
Secrétaire général