



Date: 06 juillet 2023

## DEMANDE DE COTATIONS RFQ N° UNFPA/TUN/RFQ/23/003

### LETTRE D'INVITATION

Madame, Monsieur

L'UNFPA, le Fonds des Nations Unies pour la Population, une Agence de développement internationale, cherche des offres qualifiées pour :

#### « **UNE AGENCE DE CONSEIL EN COMMUNICATION CHARGÉE DE L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU RECENSEMENT GÉNÉRAL DE LA POPULATION DE LA TUNISIE 2024** »

1. La présente mission s'inscrit dans le cadre de l'appui à l'Institut National de la Statistique (INS) Tunisie dans la préparation du prochain recensement général de la population et de l'habitat en Tunisie prévu en 2024 (RGPH 2024).  
Votre société est invitée par la présente à soumettre sa meilleure offre technique et financière pour les services demandés. Votre soumission pourra former la base d'un contrat de minimis (voir conditions générales de contrat, Annexe II) entre votre société et l'UNFPA.
2. Pour soumettre une offre, veuillez lire avec attention les différentes parties du présent document.
3. Le processus d'appel d'offres sera conduit au moyen d'un système à **DEUX** enveloppes à envoyer par email. Il est demandé aux soumissionnaires intéressés de soumettre leur offre technique séparément de leur offre financière contenant les informations sur le prix à l'adresse e-mail [tunisia.office@unfpa.org](mailto:tunisia.office@unfpa.org).  
Il incombe au soumissionnaire de s'assurer du respect du processus de soumission. Si les emails ne sont pas marqués ou soumis suivant les instructions, l'UNFPA dégage toute responsabilité en cas d'ouverture prématurée des offres, et ne garantit pas la confidentialité du processus. Une soumission incorrecte peut entraîner l'invalidité de votre offre.
4. Toutes les soumissions comprenant les offres technique et financière doivent arriver à l'adresse ci-dessous au plus tard le **20 JUILLET 2023, à 23h59, heure de Tunis**.  
Les soumissions reçues après la date et l'heure indiquées seront refusées.
5. Le dossier d'appel d'offres et l'ensemble de la correspondance liée seront rédigés en **français**.
6. L'UNFPA vous remercie d'avance de votre intérêt aux opportunités offertes par l'agence.
7. Le présent courrier ne doit nullement être interprété comme une offre de contrat avec votre société ou institution.

Nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de nos sentiments les meilleurs,

**Mme Dalenda Belkadhi**  
Chargée d'appui administratif et responsable des approvisionnements  
Bureau pays pour la Tunisie, UNFPA

## Section I. Termes de référence

### TERMES DE RÉFÉRENCE

#### AGENCE DE CONSEIL EN COMMUNICATION CHARGÉE DE L'ÉLABORATION DE LA STRATÉGIE DE COMMUNICATION DU RECENSEMENT GÉNÉRAL DE LA POPULATION DE LA TUNISIE 2024

##### A. OBJET DE LA CONSULTATION

**Elaboration de la stratégie de communication du Recensement Général de la Population et de l'Habitat de la Tunisie, prévu en 2024**

##### B. CONTEXTE GENERAL

Œuvrant en Tunisie depuis 1974, et dans le cadre du nouveau cycle de coopération pour la Tunisie élaboré sur la période 2021-2025, le bureau du Fonds des Nations Unies pour la Population en Tunisie (UNFPA Tunisie) a pour mission de contribuer, entre autres, au renforcement des capacités nationales pour garantir la disponibilité et l'utilisation de données et d'évidences désagrégées de haute qualité, y compris celles issues du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH), nécessaires pour la bonne mise en œuvre de politiques et programmes nationaux de développement orientés sur les besoins de la population, et prenant en compte les spécificités de toutes ses catégories, notamment celles les plus vulnérables.

En Tunisie, le RGPH représente la plus grande opération statistique du pays qui est opérée par l'Institut National de la Statistique (INS), et constitue un exercice indispensable pour appuyer l'administration publique en donnant une base solide pour l'élaboration, le suivi et l'évaluation des politiques publiques et programmes de développement économique et social. De même, le recensement permet de disposer de données localisées au niveau des plus petites unités administratives comme points de référence essentiels pour assurer l'équité dans la répartition des richesses, des services publics et de la représentation à l'échelle nationale. Il permet par ailleurs, de donner un cadre de référence pour la réalisation d'études, de recherches, et de travaux de suivi des changements survenus au sein de la population et de l'habitat en période intercensitaire afin de répondre de manière continue aux besoins nationaux et locaux émergents en matière d'évidences nécessaires à la prise de décisions.

Le succès global d'une telle opération est tributaire de la réussite de plusieurs axes clés, dont la mise en œuvre d'une stratégie de communication efficace et une forte mobilisation en matière d'information et de communication auprès de tous les acteurs concernés (grand public, groupes de population difficiles à contacter, institutions, médias, équipes de terrain, etc.). En effet, un projet de l'ampleur d'un recensement se déroule dans le contexte culturel, sociétal et politique du pays et pourrait être influencé/affecté par de nombreuses préoccupations nationales. En prenant en compte le contexte et l'environnement communicationnel, et en exploitant les pistes de communications appropriées, la stratégie de communication du recensement permettra de mieux faire comprendre au public les objectifs du recensement, et par conséquent d'améliorer les taux de réponse, de réduire les coûts de dénombrement par personne recensée et de recueillir des données de meilleure qualité. De même, la facilitation de la communication entre les autorités chargées du recensement, et leur obtention rapide et en permanence d'informations sur les réactions provoquées par les plans et les activités de recensement de la population dans différentes régions du pays, ainsi que des personnes, groupes et institutions clés, est primordial pour assurer la bonne gestion et exécution de l'opération.

Ainsi, il est indispensable à l'INS de développer une stratégie de communication 360° pour le RGPH et alignée sur les processus de collecte de données, qui permettra de favoriser l'engagement des différents acteurs clés et les sensibiliser sur l'importance et les procédures du recensement, de renforcer la collaboration entre les autorités chargées du recensement et les institutions clés, de faciliter la coopération entre agents du recensement et les recensé-e-s, etc.

C'est dans cette optique que l'UNFPA Tunisie et son partenaire l'INS envisagent de **recruter une agence de conseil en communication qui sera chargée de l'élaboration de la stratégie de communication du Recensement Général de la Population et de l'Habitat de la Tunisie prévu en 2024.**

### C. OBJECTIFS DE LA MISSION

Les objectifs généraux de la mission sont de:

1. Étudier l'environnement de communication lié au RGPH en Tunisie et analyser les problèmes spéciaux à prendre en compte et les possibilités de communication interne et externe pour une opération censitaire réussie
2. Élaborer une stratégie de communication 360° du RGPH -2024 adaptée à la lumière des résultats de l'analyse permettant l'engagement des différents acteurs clés et favorisant la bonne exécution de l'opération censitaire, ainsi que son plan de suivi et d'évaluation
3. Développer les plans d'exécution intégrés détaillés de la stratégie de communication à mettre en oeuvre par l'INS durant les différentes phases du recensement

### D. TÂCHES ATTENDUES DE L'AGENCE DE CONSEIL

Le travail attendu de l'agence de conseil recrutée devra se dérouler en **trois phases** :

#### I. PHASE PRÉPARATOIRE : Démarrage et analyse de l'environnement de communication lié au RGPH en Tunisie

Durant cette phase, l'agence est amenée à :

1. Tenir une réunion de briefing avec le comité de pilotage (co-présidé par INS/UNFPA) en vue de mieux cerner les besoins et les attentes de la mission, et de mieux cadrer les travaux de la mission et leur préparation ;
  2. Partager avec le comité de pilotage un **plan de travail et un chronogramme** révisés sur la base des orientations données par l'équipe de pilotage de la mission;
  3. Effectuer **une revue documentaire**/un travail de veille sur les standards et recommandations en vigueur pour la communication autour des recensements ainsi que sur les expériences comparées;
  4. A la lumière du travail de veille, élaborer **une étude de marché / diagnostic** permettant d'analyser le terrain de communication relatif au RGPH et les meilleures opportunités de communication, y compris en interne pour le bon déroulement de l'opération du recensement.
- **Objectif du diagnostic:** Comprendre, dans le contexte socioculturel et politique actuel, la perception du grand public et des groupes spécifiques vis à vis des recensements, et identifier les défis, les opportunités, les recommandations et les potentielles pistes d'intervention en matière de communication interne et externe.
  - L'agence aura la responsabilité de développer la **méthodologie détaillée** et de la soumettre pour commentaires et validation avant mise en œuvre du diagnostic. Il devra, entre autres, inclure:
    - Plan du rapport du diagnostic ;
    - Objectifs spécifiques du diagnostic et méthodologie proposée pour répondre à chacun des objectifs;
    - Techniques et outils de consultations/collecte de données définis (exp : Sondage en ligne, appels téléphoniques, questionnaires, focus groupes...);
    - Questionnaires / Canevas / guides d'entretien contenant la liste de questions prévues et de réponses types concernant les questions essentielles liées au recensement
    - Échantillon et critères de sélection argumentés ;

- Taille de l'échantillon et modalités de sélection des individus, ou autres unités d'analyse, respectant la représentativité de toutes les régions et tous les groupes spécifiques définis;
- Equipe de prospection et d'analyse à affecter:
  - o L'équipe devra être **composée de chercheurs-chercheuses qualifié-e-s spécialiste en communication et information, de profils et nombre adéquats** afin d'assurer la bonne mise en oeuvre du diagnostic conformément aux délais et à la méthodologie spécifiés et validés
  - o Les profils et le nombre des membres de l'équipe devront être spécifiés et soumis pour vérification et validation avant démarrage du diagnostic ;
- 5. Mettre en oeuvre l'étude de marché / diagnostic après conformément à la méthodologie et au chronogramme validés ;
- 6. Soumettre la version préliminaire du rapport du diagnostic pour avis et commentaire au comité de pilotage;
- 7. Présenter les résultats du diagnostic comportant l'exploration des perceptions du grand public ainsi que les défis, les opportunités, les recommandations et les potentielles pistes d'intervention en matière de communication interne et externe identifiées lors d'un atelier technique à organiser par le comité de pilotage de la mission, en vue de collecter les retours des différentes parties prenantes
- 8. Soumettre la version finalisée du **rapport de diagnostic** pour validation

#### Livrables de la phase I :

- **Livrable 01** : Version validée de la note méthodologique détaillée et du plan du rapport de diagnostic ;
- **Livrable 02** : Revue documentaire relative au recensement en Tunisie et dans d'autres pays validée ;
- **Livrable 03** : Outils de collecte de données (questionnaires, guide d'entretien...) validés
- **Livrable 04** : Le rapport de diagnostic de l'environnement de communication lié au recensement en Tunisie validé (version word et pdf) et les données collectées lors de l'exploration de l'environnement de communication lié au recensement (tous types de données avec les formats disponibles : audio, word, pdf, excel...);

## **II. PHASE DE CONCEPTUALISATION : Élaboration de la stratégie de communication 360° du RGPH - 2024**

Durant cette phase, l'agence de communication devra s'appuyer sur les résultats de l'analyse de l'environnement de communication lié au recensement en Tunisie et les recommandations ressorties après concertation avec les parties prenantes afin de définir les lignes directrices pour la communication autour du RGPH-2024 en Tunisie et élaborer une stratégie de communication 360° autour de l'opération.

Cette stratégie doit comporter les volets suivants :

- A. La communication interne et la communication externe ;
- B. La communication média et la communication hors média ;
- C. La communication Avant, Pendant et Après le RGPH 2024.

A ce niveau, l'agence recrutée est appelée, **en concertation avec le comité de pilotage de la mission**, à :

1. **Identifier** l'approche communicationnelle adaptée aux résultats de la phase analytique ;
2. Identifier et définir les spécificités des groupes cibles visés (grand public, groupes spécifiques, décideurs, médias, recensé-e-s, personnel permanent et agents de recensement, etc.) ;
3. **Developper la stratégie de communication globale pour le recensement 2024;**
4. Élaborer les plans de communication nécessaires destinés à chaque volet de communication et à **chaque groupe cible**
5. Proposer, **tester et valider** les messages clés spécifiques à chaque volet de communication et à chaque groupe cible ;
6. Identifier les supports et les canaux de communication adéquats pour favoriser la mise en oeuvre de la campagne ;
7. Proposer le slogan promotionnel pour le recensement 2024 ;

**Livrables de la phase II :**

- **Livrable 05:** Stratégie de communication validée ;
- **Livrable 06 :** Plans de communication destinés à chaque volet de communication et à chaque groupe cibles ;
- **Livrable 07:** Le slogan promotionnel du recensement 2024 validé, les messages clés destinés à chaque volet de communication et à chaque groupe cibles et note d'orientation mentionnant les supports et les canaux de communication adéquats pour la mise en place de la stratégie et des plans proposés ;

**III. Phase de planification opérationnelle : Préparer la feuille de route relative à la mise en oeuvre technique du processus communicationnel proposé**

L'objectif de cette phase est d'assurer la préparation technique de la mise en place de la stratégie proposée. Elle consiste à développer le fil conducteur et proposer les briefs créatifs nécessaires.

A ce stade, l'agence recrutée est appelée, **en concertation avec le comité de pilotage de la mission**, à :

1. Proposer un calendrier de la mise en place de la stratégie développée (Avant, pendant et après le recensement) prenant en considération les différents délais et contraintes communiqués par le comité de pilotage;
2. **Concevoir le logo du recensement 2024;**
3. Proposer les briefs créatifs/un document de référence technique (le style graphique adéquat, les couleurs, les polices, les formats... ;
4. **Proposer un plan budgétaire pour la mise en place de la stratégie et des plans de communication proposés.**

**Livrables de la phase III:**

- **Livrable 08 :** La version finale du logo en format AI et les briefs créatifs ;
- **Livrable 09 :** Le calendrier de la mise en place de la stratégie de communication développée et le plan budgétaire.

**E. DURÉE DE LA MISSION, CHRONOGRAMME ET PAIEMENT**

La durée de la mission est estimée à **110** jours de travail effectif étalés sur une période de 05 mois, et devra démarrer au plus tard en août 2023.

Le délai de réalisation de cette mission commence à courir après signature du contrat de prestation de services avec l'UNFPA Tunisie et à compter de la date de la réunion de démarrage de la mission.

Livrables	Durée réalisation	Délai soumission	Paiement
<b>PHASE I: PHASE PRÉPARATOIRE (voir page 03 des présents TDR) - 30 jours</b>			
La note méthodologique détaillée et le plan du rapport de diagnostic	03 jours	05 jours après la réunion de démarrage	10% après <b>validation</b> des livrables
La revue documentaire	04 jours	20 jours après validation de la note méthodologique	
Les outils de collecte de données	03 jours	5 jours après la validation de la revue documentaire	

Rapport de diagnostic de l'environnement de com lié au RGPH validé et les données collectées lors de l'exploration de l'environnement de communication	20 jours	30 jours après démarrage collecte de données	20% après <b>validation</b> du livrable
<b>PHASE II: PHASE DE CONCEPTUALISATION (voir page 05 des présents TDR) - 65 jours</b>			
La stratégie de communication	15 jours	15 jours après finalisation Phase I	40 % après <b>validation</b> de tous les livrables de la Phase II
Les plans de communication destinés aux différents volets de com et groupes cibles	15 jours	30 jours après validation stratégie communication	
Les messages clés destinés aux différents volets de com et groupes cibles La note d'orientation sur les supports et canaux de communication adéquats pour la stratégie et des plans proposés Le slogan promotionnel du RGPH 2024	35 jours		
<b>Phase III: Phase de planification opérationnelle (voir page 06 des présents TDR) - 15 jours</b>			
La version finale du logo en format AI et les briefs créatifs	09 jours	22 jours après la validation du calendrier	30% après <b>validation</b> de tous les livrables de la Phase III
Le plan budgétaire de la mise en œuvre de la stratégie et des plans et le calendrier de la mise en place de la stratégie de communication	06 jours	10 jours après la validation des briefs créatifs.	

## F. CONSIDERATIONS GENERALES

### 1. SUPERVISION

- L'agence de conseil recrutée travaillera sous la supervision globale du comité de pilotage de la mission co-présidé par UNFPA-INS (Programme Population et Développement, et Responsable Communication/UNFPA, et la Direction de la Coopération Technique/INS);
- Elle mettra en œuvre les différents éléments de la mission en étroite collaboration avec la Direction de la Coopération Technique de l'INS (DCT);
- Pour les questions contractuelles, l'agence recrutée fera rapport à l'UNFPA Tunisie.

### 2. LIEU DE LA MISSION

- Tunisie: Principalement à Tunis, avec éventuels déplacements dans les régions dans le cadre du diagnostic de l'environnement de communication du RGPH 2024 (phase I) et du testing des produits clés proposés (phase II).

### 3. PROPRIÉTÉ ET CONFIDENTIALITE DES DONNEES

- Les informations et données fournies ou mise à disposition par l'UNFPA Tunisie, et son partenaire l'INS Tunisie, au prestataire de service dans le cadre de cette mission, ainsi que les données et informations produites par le prestataire pour le compte de l'UNFPA Tunisie, et son partenaire l'INS Tunisie, dans le cadre de cette mission sont considérées comme confidentielles et doivent être traitées comme telles ;
- Le prestataire exercera toute la discrétion et les précautions nécessaires pour en empêcher la divulgation, la publication ou la diffusion. Par ailleurs, il s'engagera à ne pas exploiter les données,

sous toute forme et sous tout support, que pour autant que cette exploitation soit strictement liée et s'exerce pour les seuls besoins des prestations qui lui ont été confiées ;

- Le prestataire s'interdit toute communication ou mise à disposition totale ou partielle de ces données à des tiers pour quelque motif et sous quelque forme que ce soit, à titre gratuit ou lucratif.

## G. QUALIFICATIONS ET EXPÉRIENCE DEMANDÉES

Pour ce projet, l'agence de conseil en communication devra :

1. Justifier l'expertise suivante :

- Démontrer une parfaite connaissance de la spécificité du contexte tunisien ;
- Une expérience avérée en matière de prospection de terrain et d'évaluation de la situation liée à la communication demandée (5 ans au minimum) ;
- Une expérience avancée en matière d'élaboration des stratégies de communication (10 ans au minimum) ;
- Flexibilité et aptitude à être à l'écoute et réactif aux recommandations du comité de pilotage de la mission;

2. Proposer une équipe d'expert(e)s/ spécialistes dont les profils sont les suivants :

Profils demandés	Qualifications exigées
<b>Profil 1: Un-e chef-fe de projet senior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Avoir un diplôme de master ou plus dans le domaine de management ou ou autre domaine pertinent à la mission ;</li> <li>● Démontrer <b>au moins 10 ans d'expérience</b> à l'échelle nationale et/ou internationale dans la gestion et le suivi des projets ;</li> <li>● Avoir <b>au moins 5 références</b> dans la gestion et suivi des projets;</li> <li>● Avoir le sens de la gestion, de la coordination et de l'organisation.</li> </ul>
<b>Profil 2: Un-e expert-e en communication senior</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Détenir un diplôme de master ou plus dans le domaine de communication, d'information, de marketing ou autre domaine pertinent à la mission ;</li> <li>● Démontrer <b>au moins 10 ans d'expérience</b> à l'échelle nationale et/ou internationale dans l'élaboration des stratégies de communication des causes d'intérêt général ;</li> <li>● Avoir <b>au moins 3 références dans l'élaboration de stratégie de communication</b> avec un prestataire gouvernemental national;</li> <li>● Avoir une excellente compréhension du contexte tunisien et de l'environnement de la communication en Tunisie ;</li> </ul>
<b>Profil 3: Un-e planneur-se stratégique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Avoir un diplôme de master ou plus dans le domaine de communication et marketing ou autre domaine pertinent à la mission ;</li> <li>● Démontrer <b>au moins 5 ans d'expérience</b> à l'échelle nationale et/ou internationale dans le domaine de planification stratégique, gestion du risque et du changement;</li> <li>● Avoir <b>au moins 3 références</b> dans la planification des stratégies de communication.</li> </ul>
<b>Profil 4: Un-e concepteur rédacteur-conceptrice rédactrice;</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Détenir un diplôme de master ou plus dans le domaine de communication et d'information ou autre domaine pertinent à la mission ;</li> <li>● Démontrer <b>au moins 5 ans d'expérience</b> à l'échelle nationale et/ou internationale dans le domaine de la conceptualisation des stratégies de communication, ;</li> <li>● Avoir <b>au moins 3 références</b> dans la conceptualisation des éléments de langues et contenu de communication ;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bonnes capacités de communication rédactionnelles avec un excellent niveau en français et arabe ;</li> <li>• Très bonnes connaissances du contexte tunisien (langage, codes de communication, comportement, etc.).</li> </ul>
<b>Profil 5: Un-e conseiller-e communication visuelle et création graphique</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avoir un diplôme de master ou plus dans le domaine de beaux-arts, multimédia, création graphique;</li> <li>• Démontrer <b>au moins 10 ans d'expérience</b> à l'échelle nationale et/ou internationale dans l'élaboration des chartes visuelles ;</li> <li>• Avoir <b>au moins 5 références</b> dans l'élaboration des chartes visuelles.</li> </ul>

Dans le cas de non-conformité de l'avancement de la mission à la méthodologie et le chronogramme établis et validés pour cause dépendante des moyens mobilisés par l'agence de conseil en communication, l'UNFPA, et son partenaire l'INS, se réservent le droit de commander au prestataire un renforcement des ressources allouées, tel qu'une augmentation de la taille de l'équipe affectée et/ou une révision de sa composition, à opérer dans un délai maximal de **5 jours ouvrables** à partir de la notification explicite, et ce afin de ne pas entraver le bon déroulement de la mission.

## H. CONTENU DE LA SOUMISSION

Le dossier de candidature est composé d'une offre technique et d'une offre financière à soumettre *séparément* par email.

### L'offre technique doit comporter :

- Le portfolio de l'agence et les références pertinentes de l'agence dans le domaine de la communication;
- Une note sur les moyens humains et techniques de l'agence ;
- Les CVs des membres de l'équipe désignée avec les références pertinentes pour chaque profil tel que décrit dans le paragraphe G. QUALIFICATIONS ET EXPÉRIENCE DEMANDÉES ;
- Une note méthodologique pour l'élaboration de l'analyse de l'environnement de la communication relatif au recensement en Tunisie;
- Un calendrier d'exécution prévisionnel de la mission ;
- Toute autre référence ou document jugé utile.

### L'offre financière doit être HTVA :

L'offre doit être détaillée conformément au modèle de bordereau de prix, disponible dans la Section II - Instructions aux soumissionnaires, du présent appel d'offre.

## I. EVALUATION DES SOUMISSIONS

**Le processus d'évaluation et de sélection comportera 2 étapes :**

- I. Évaluation technique selon les compétences requises sur la base de l'offre technique;
- II. Évaluation financière se basant sur l'offre financière fournie par le/la soumissionnaire.

L'offre financière ne sera ouverte que pour les soumissionnaires dont l'offre technique a atteint **un score minimum de 60%** et qui remplissent les conditions de qualification des fournisseurs.

Les soumissions reçues seront évaluées par un panel de sélection, sur la base de la démarche suivante :



### 1. Evaluation technique (70%)

Critères	Maximum de points	Points obtenus par le soumissionnaire
Expérience spécifique et expertise pertinente du soumissionnaire dans la prospection de terrain et l'analyse de l'environnement de communication et dans l'élaboration des stratégies de communication	400	
Qualification, compétences, expérience et effectif de l'équipe de travail proposée	400	
Note méthodologique proposée	200	
<b>GRAND TOTAL DES POINTS</b>	<b>1000</b>	

### 2. Evaluation financière (30%)

L'évaluation financière ne sera effectuée que si l'offre technique atteint le **score minimum de 60%**. Les offres n'atteignant pas ce seuil technique minimum ne seront pas retenues pour le reste de la procédure d'évaluation.

Le nombre maximum de points pour l'offre financière est de 100. Le nombre maximum de points sera accordé à **l'offre moins-disante**. Toutes les autres offres financières recevront un nombre de points inversement proportionnel à leur prix, calculé en utilisant la formule suivante :

Score financier=	Offre la moins-disante (USD)	X 100 (score maximum)
	Offre en cours d'évaluation (USD)	

#### Score total

Le score total de chaque soumissionnaire est constitué de la somme des scores technique et financier. Le score total maximum est de 100 points.

$$\text{Score total} = 70\% \text{ du score technique} + 30\% \text{ du score financier}$$

### DOCUMENTATION SUPPLÉMENTAIRE

Manuel d'organisation et de gestion des recensements de la population et des logements, Révision 2, 2017. Chapitre Communication et publicité, p53-p72. Visible sur le lien:  
[https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/Series\\_F83Rev2fr.pdf](https://unstats.un.org/unsd/publication/SeriesF/Series_F83Rev2fr.pdf)



## Section II. Instructions aux soumissionnaires

### I. Questions

Les questions ou demandes d'éclaircissements supplémentaires doivent être soumises par écrit à la personne de contact ci-dessous :

Nom de la personne à contacter à l'UNFPA :	<i>Dalenda Belkadhi</i>
Tel N°:	<i>+216 71 282 383</i>
Adresse e-mail de la personne de contact :	<a href="mailto:belkadhi@unfpa.org">belkadhi@unfpa.org</a>

La date limite de soumission des questions est fixée à le **20 JUILLET 2023, à 23h59, heure de Tunis**. Les questions recevront une réponse écrite et seront partagées avec les parties concernées dès que possible après cette date limite.

### II. Soumissionnaires éligibles

Le présent appel d'offres est ouvert à tous les soumissionnaires éligibles ; pour être considéré comme un soumissionnaire éligible dans le cadre de cette procédure d'appel d'offres, vous devez respecter les conditions suivantes :

- Un soumissionnaire doit être une entreprise légalement constituée qui peut fournir les services demandés et qui a la capacité juridique de conclure un contrat avec l'UNFPA pour exécuter les services en question en Tunisie, ou par l'intermédiaire d'un représentant autorisé.
- Un soumissionnaire ne doit pas avoir de conflit d'intérêt concernant le processus de sollicitation ou avec les termes de référence / spécifications techniques. Les soumissionnaires dont il s'avère qu'ils ont un conflit d'intérêts seront disqualifiés.
- Au moment de la soumission de l'offre, le soumissionnaire, y compris tout membre de l'entreprise commune/du groupement, ne fait pas l'objet d'interdictions de passation de marchés découlant du Recueil des listes de sanctions du Conseil de sécurité des Nations unies ([Compendium of United Nations Security Council Sanctions Lists](#)) et n'a pas été suspendu, radié, sanctionné ou autrement identifié comme inéligible par une organisation des Nations Unies ([UN Organization](#)) ou par le Groupe de la Banque Mondiale ([World Bank Group](#)).
- Les soumissionnaires doivent adhérer au Code de conduite des fournisseurs des Nations Unies, qui peut être consulté en cliquant sur [UN Supplier Code of Conduct](#).

### III. Contenu des cotations / offres :

Les offres doivent être soumises au moyen d'un système à DEUX enveloppes. Les soumissionnaires intéressés sont priés de présenter leur offre technique **séparément** de leur offre financière contenant les informations relatives au prix. Chaque enveloppe doit être constituée d'un seul courriel dans la mesure du possible, en fonction de la taille du fichier.

- a) Offre technique, en réponse aux exigences décrites dans le cahier des charges / TDRs.
- b) L'offre de prix, à soumettre strictement en conformité avec le formulaire d'offre de prix, disponible dans l'annexe I du présent document.

**Les deux parties de l'offre doivent être signées par l'autorité compétente de la société soumissionnaire et soumises au format PDF.**

#### IV. Instructions pour la soumission

Les propositions doivent être préparées conformément aux termes de référence à la section I et sur la base des lignes directrices énoncées à la section II , accompagnées d'un formulaire d'offre de prix dûment rempli et signé, et doivent être envoyées par courrier électronique à la personne de contact indiquée ci-dessous au plus tard le **02 JUILLET 2023, à 23h59, heure de Tunis.**

Nom de la personne chargée des approvisionnements à l'UNFPA :	<i>Dalenda Belkadhi</i>
Adresse e-mail de la personne de contact :	<a href="mailto:belkadhi@unfpa.org">belkadhi@unfpa.org</a>

Veuillez noter les lignes directrices suivantes pour les soumissions électroniques :

- La référence suivante doit être incluse par le soumissionnaire dans la ligne d'objet de l'e-mail :
  - **UNFPA/TUN/RFQ/23/003- [Nom de la société]**, Offre technique
  - **UNFPA/TUN/RFQ/23/003- [Nom de la société]**, Offre financière
  - Les soumissions ne comportant pas ce texte dans l'objet du courrier électronique peuvent être rejetées ou ignorées et donc ne pas être prises en considération.
- Il est de la responsabilité du soumissionnaire de s'assurer de la conformité avec le processus de soumission. Si les enveloppes ou les courriels ne sont pas marqués / soumis selon les instructions, l'UNFPA n'assumera pas la responsabilité de l'égarement ou de l'ouverture prématurée de l'offre et ne garantira pas la confidentialité du processus d'appel d'offres. Toute soumission incorrecte peut entraîner l'invalidation de l'offre.
- La taille totale du courrier électronique ne doit pas dépasser **20 MB (y compris le corps du message, les pièces jointes codées et les en-têtes)**. Lorsque les détails techniques sont contenus dans des fichiers électroniques volumineux, il est recommandé de les envoyer séparément avant la date limite.
- Tout devis soumis sera considéré comme une offre par le soumissionnaire et ne constitue ni n'implique l'acceptation d'aucune offre par l'UNFPA. L'UNFPA n'est pas tenu d'attribuer un contrat à un soumissionnaire à la suite de cet appel d'offres.

#### V. Aperçu du processus d'évaluation

L'évaluation sera effectuée en deux étapes par un panel d'évaluation spécialisé. Les propositions techniques seront évaluées et notées en premier lieu, avant l'évaluation et la notation des offres financières.

##### Evaluation technique

Les propositions techniques seront évaluées en fonction de leur capacité à répondre aux exigences de service /TDR énumérées à la section I et conformément aux critères d'évaluation ci-dessous :

Critères	Maximum de points	Points obtenus par le soumissionnaire
Expérience spécifique et expertise pertinente du soumissionnaire dans la prospection de terrain et l'analyse de l'environnement de communication et dans l'élaboration des stratégies de communication	400	
Qualification, compétences, expérience et effectif de l'équipe de travail proposée	400	
Note méthodologique proposée	200	
<b>GRAND TOTAL DES POINTS</b>	<b>1000</b>	

L'échelle de notation suivante sera utilisée pour garantir une évaluation objective :

Degré auquel les exigences des termes de référence sont satisfaites sur la base des preuves incluses dans l'offre soumise	Pourcentage de la note attribuable (%)
Dépasse largement les exigences	90 – 100
Dépasse les exigences	80 – 89
Répond aux exigences	70 – 79
Répond partiellement aux exigences	1 – 69
Ne répond pas aux exigences ou aucune information n'est fournie pour évaluer la conformité aux exigences.	0

### Evaluation financière

Les offres de prix ne seront évaluées que pour les soumissionnaires dont les propositions techniques obtiennent une note minimale de 60% points dans l'évaluation technique.

Les offres de prix seront évaluées sur la base de la réponse au formulaire d'offre de prix. Le nombre maximum de points pour l'offre de prix est de 100, qui seront attribués au prix total le plus bas fourni dans les résultats de l'appel d'offres. Tous les autres prix recevront des points en proportion inverse selon la formule suivante:

Score financier =	Offre la plus basse (TND)	X 100 (Score maximal)
	Montant du devis (TND)	

### Score Total

Le score total de chaque proposition sera la somme pondérée de la note technique et de la note financière. La note totale maximale est de 100 points.

Score Total= 70% Score technique + 30% Score financier
--

### VI. Critères d'attribution

En cas de résultat satisfaisant du processus d'évaluation, l'UNFPA a l'intention d'attribuer un contrat de minimis au soumissionnaire qui obtient la note totale la plus élevée.

### VII. Droit de modifier les exigences au moment de l'attribution

L'UNFPA se réserve le droit, au moment de l'attribution du contrat, d'augmenter ou de réduire jusqu'à 20 % le volume des services spécifiés dans le présent appel d'offres, sans modification des prix unitaires ou des autres conditions.

### VIII. Conditions de paiement

Les termes de paiement de l'UNFPA sont de 30 jours nets à compter de la réception de la facture et de l'acceptation des livrables liés au paiement comme spécifié dans le contrat.



## IX. Fraude et corruption

L'UNFPA s'engage à prévenir, identifier et traiter tous les actes de fraude à son encontre, ainsi qu'à l'encontre de tiers impliqués dans les activités de l'UNFPA. La politique de l'UNFPA en matière de fraude et de corruption est disponible ici: [Fraud Policy](#). La soumission d'une proposition implique que le soumissionnaire a pris connaissance de cette politique.

Les fournisseurs, leurs filiales, agents, intermédiaires et mandants doivent coopérer avec le Bureau des services d'audit et d'enquête de l'UNFPA ainsi qu'avec toute autre entité de contrôle autorisée par le directeur exécutif et avec le conseiller en déontologie de l'UNFPA, le cas échéant. Cette coopération porte notamment, mais pas exclusivement, sur les points suivants : l'accès à tous les employés, représentants, agents et ayants droit du vendeur ; ainsi que la production de tous les documents demandés, y compris les documents financiers. Le défaut de coopération totale aux enquêtes sera considéré comme un motif suffisant pour permettre à l'UNFPA de dénoncer et de résilier l'accord, ainsi que d'exclure et de retirer le fournisseur de la liste des fournisseurs enregistrés de l'UNFPA.

Un service d'assistance téléphonique antifraude confidentiel est à la disposition de tout soumissionnaire pour lui permettre de signaler des activités frauduleuses suspectes à l'adresse suivante [UNFPA Investigation Hotline](#).

## X. Tolérance Zéro

L'UNFPA a adopté une politique de tolérance zéro sur les cadeaux et invitations. Les fournisseurs sont donc priés de ne pas envoyer de cadeaux ou d'offrir l'hospitalité au personnel de l'UNFPA. De plus amples détails sur cette politique sont disponibles ici : [Politique de tolérance zéro](#).

## XI. Contestation

soumissionnaires qui estiment avoir été traités injustement ou inéquitablement dans le cadre de l'appel d'offres, de l'évaluation ou de l'adjudication d'un contrat peuvent envoyer une réclamation au Chef de l'unité concernée de l'UNFPA, Dr Rym Fayala, Cheffe de bureau – UNFPA Tunisie, à l'adresse suivante : [fayala@unfpa.org](mailto:fayala@unfpa.org). Si le fournisseur n'est pas satisfait de la réponse fournie par le chef de l'unité concernée, il peut contacter le Chef de la SCMU à l'adresse [procurement@unfpa.org](mailto:procurement@unfpa.org).

## XII. Clause de non-responsabilité

Si l'un des liens de ce document d'appel d'offres est indisponible ou inaccessible pour quelque raison que ce soit, les soumissionnaires peuvent contacter l'agent d'approvisionnement chargé de l'approvisionnement pour leur demander de partager une version PDF de ce(s) document(s).



## Annexe I : FORMULAIRE DE BORDEREAU DES PRIX

Nom du soumissionnaire	
Date de l'offre	
Référence de la demande de cotation:	UNFPA/TUN/RFQ/23/003
Devise	TND
Durée de validité de l'offre: (l'offre soumise doit être valable pour une période d'au moins 3 mois après la date limite de soumission)	

- Les tarifs indiqués doivent être **hors taxes**, étant donné que l'UNFPA est exonéré de taxes.

Exemple de bordereau de prix ci-dessous : **[Supprimer après avoir correctement rempli le bordereau de prix, développer également une version Excel]**

Article	Description	Nombre et description du personnel par niveau	Tarif horaire	Nombre d'heures nécessaires	Total
1. Frais professionnels					
Total des frais professionnels					\$\$
2. Débours					
Total des débours					\$\$
Prix total du contrat (Frais professionnels + débours)					\$\$

### Commentaires du soumissionnaire:

Je certifie par la présente que la société mentionnée ci-dessus, pour laquelle je suis dûment autorisé à signer, a examiné la RFQ UNFPA/ TUNISIE/RFQ/23/003, y compris toutes les annexes, les amendements au document RFQ (le cas échéant) et les réponses fournies par l'UNFPA sur questions de clarification des fournisseurs de services potentiels. De plus, la société accepte les conditions générales du contrat pour l'UNFPA et nous respecterons cette offre jusqu'à son expiration.

Nom, titre et signature	Date et lieu	



United Nations Population Fund – UNFPA Tunisie  
Adresse: 54 Av. Tahar Ben Achour, Tunis  
Téléphone : +216 71 282 383  
Email : [tunisia.office@unfpa.org](mailto:tunisia.office@unfpa.org)  
Website: [www.unfpa.org](http://www.unfpa.org)

**ANNEXE II:**  
**Conditions générales des contrats :**  
**Contrats De Minimis**

This Request for Quotation is subject to UNFPA's General Conditions of Contract: De Minimis Contracts, which are available in: [English](#), [Spanish](#) and [French](#)

Cette demande de devis est soumise aux conditions générales du contrat de l'UNFPA : contrats de minimis, qui sont disponibles en : [anglais](#), [espagnol](#) et [français](#)