



Ministry of Foreign Affairs
and International Cooperation of Italy

Termes de référence pour le recrutement d'un.e consultant.e en communication

Pour l'élaboration et la mise en route d'une stratégie de communication dans le cadre d'un programme de sensibilisation au profit des migrant.e.s

Profil de l'expert.e	Un.e consultant.e de communication
Durée de la mission	2020
Contexte général	<p>Comme le monde entier, la Tunisie est un pays de migrations mixtes et une zone de transit fortement influencée par les changements de l'environnement géopolitique et réglementaire externe tels que la suppression des visas qui étaient exigés pour certains pays subsahariens, l'installation du siège de la Banque Africaine de Développement (BAD) à Tunis durant les années 2003-2004...</p> <p>Selon un rapport annuel publié par le Forum Tunisien pour les Droits Economiques et Sociaux (FTDES), sur un échantillon de 962 personnes migrantes en Tunisie jusqu'au 15 septembre 2019, 75 % (hommes et femmes) ont émigré de façons réglementaire et 24.6% ont émigré de façons non réglementaire. Partant du même échantillon et sur la même période, 33 % des migrants en Tunisie sont des femmes.</p> <p>Comme le régime tunisien est un régime républicain démocratique et participatif, dans lequel l'État garantit la primauté de la loi, le respect des libertés et des droits de personne, l'indépendance de la justice, l'égalité de toutes les citoyennes et tous les citoyens en droits et en devoirs et l'équité entre les régions, l'Etat s'engage - conformément aux articles 23 et 24 de la Constitution tunisienne - à protéger la dignité de l'être humain, son intégrité physique et morale et sa vie privée quel que soit son identité et sa nationalité.</p> <p>Pareil pour la loi organique n° 58 du 11 août 2017 relative à l'élimination de la violence à l'égard des femmes. La première loi en Tunisie qui traite spécifiquement la question de la violence contre les femmes. En effet, selon l'article n° 2 " toute personne de sexe féminin de tout âge", est concernée, y compris les différents groupes de femmes à vulnérabilité spéciale, comme les femmes migrantes et réfugiées.</p> <p>Dans ce contexte, et en tant qu'institution publique travaillant sur les droits des femmes en Tunisie, le Centre de Recherches, d'Etudes, de Documentation et d'Information sur la Femme (CREDIF) et, son partenaire, le Fonds des Nations Unies pour la Population (UNFPA) dans le cadre du programme du Ministère des affaires étrangères et de la coopération italienne « Fournir des services essentiels de santé sexuelle et reproductive</p>

	<p>(SSR) et de réponse à la violence fondée sur le genre (VFG) aux migrants vulnérables, en particulier les femmes et les jeunes, en Tunisie” envisage le lancement d’un programme de sensibilisation à la violence fondée sur le genre faite aux migrant.e.s et leur droit à l'accès aux services de santé sexuelle et reproductive (SSR).</p> <p>Ce programme se compose de deux volets :</p> <p>1. <i>Des rencontres de vulgarisation et de sensibilisation au profit des migrant.e.s</i></p> <p>Cette étape consiste à organiser des rencontres de vulgarisation et de sensibilisation coanimées par un.e expert.e juriste et un.e expert.e en SSR afin de repérer les pratiques discriminatoires courantes à l’encontre des migrant.e.s et vulgariser leurs droits reproductifs.</p> <p>A chaque rencontre, un success-story (d’une femme) sera présentée au public cible dans le but de l’encourager au changement.</p> <p>Des vidéos seront réalisées suite à ces ateliers et serviront de support à la sensibilisation pour le grand public.</p> <p>2. <i>Des actions de sensibilisation pour le grand public</i></p> <p>Le public tunisien (femme et homme) est un acteur majeur dans la production et reproduction des violences fondées sur le genre faites aux migrant.e.s. De ce fait, il est indispensable de maximiser les actions de sensibilisation en sa faveur.</p> <p>Pour faire face à tous les types des VFG contre les migrant.e.s, une “ street campaign / une campagne de rue ” délocalisée peut être le format le plus efficace.</p> <p>A cet égard, nous envisageons le recrutement d’un.e consultant.e en communication pour les missions décrites ci-dessous.</p>
<p>Missions du consultant/ de la consultante</p>	<p>Le consultant/la consultante recruté.e est demandé.e à :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elaborer une stratégie de communication globale pour tout le programme ; - Proposer un plan de communication par volet (un plan de communication pour les ateliers de sensibilisation + un plan de communication pour la street campaign) incluant : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Slogans et concepts clés de la campagne. ▪ Charte éditoriale (type de discours, messages...) - Développer la vision de communication de la street campaign incluant : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un à trois concepts clefs ; ▪ Des propositions des messages ; ▪ Des propositions des supports de communication ; ▪ Des illustrations indicatives pour les supports de communication proposés; - Elaborer et valider le slogan du programme avec l’équipe du travail ; - Elaborer et valider les messages principaux de la campagne avec l’équipe du travail; - Accompagner le/la graphiste dans la conception des supports de communication proposés ; - Accompagner l’équipe du travail dans la mise en place de la stratégie globale ;

	<ul style="list-style-type: none"> - Accompagner l'équipe du travail dans la mise en place de la campagne ; - Concevoir le contenu des supports de la street campaign - Assurer une journée de coaching pour l'équipe de travail sur terrain sur les techniques de communication directe / plaidoyer et les messages adéquats afin d'adapter le discours à chaque ville: Grand-Tunis, Médenine. - Préparer un rapport d'évaluation de la campagne (un seul rapport pour Grand-Tunis et Médenine) <p>- Budget de la consultation : 5000 TND</p>
<p>CALENDRIER & PROCEDURES</p>	<p>Un comité de sélection (CREDIF/UNFPA) procédera à l'analyse des offres et la sélection.</p> <p>L'expert.e retenu.e sera notifié.e début août 2020 et recruté.e pour une période de 20 jours de travail effectif étalés sur 4 mois.</p> <p>Les réunions de préparation sont prévues à partir du mois d'août 2020.</p> <p>Après validation et finalisation, une conférence de presse sera organisée pour annoncer le lancement de la campagne.</p> <p>Le lancement physique du programme sera en septembre 2020.</p> <p>Les outputs de l'action seront présentés lors des 16 jours d'activisme qui débutent le 25 novembre 2020.</p>
<p>Suivi/monitoring</p>	<p>La supervision et la validation du travail seront assurées par l'équipe du CREDIF et l'UNFPA.</p>
<p>ELIGIBILITE & CRITERES DE SELECTION :</p>	<p>Le profil du consultant / de la consultante :</p> <p>Le CREDIF et l'UNFPA vont sélectionner la proposition la plus pertinente selon les critères suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Expérience dans le domaine de genre, droits humains et droits des femmes ; - Expertise dans l'élaboration des stratégies de communication globale traitant les thématiques des droits de l'Homme en général et les droits des Femmes en particulier ; - Des bonnes références dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi d'une campagne de terrain en Tunisie; - Offre technique ; - Offre financière. <p>Le dossier de l'offre doit comporter :</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Une offre technique incluant :</u> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un CV ;

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Des références de réalisation dans le cadre de campagne de sensibilisation (thématique des droits humains fondamentaux) ; ▪ Une note d'intention de projet incluant un planning de réalisation (Les délais estimés de livrables suite au briefing et debrief). ▪ Un projet de la stratégie de communication demandée au-dessus incluant la proposition du concept clef relatif à la street campaign, les illustrations indicatives pour les supports de communication proposés et une proposition d'un slogan. <p>- <u>une offre financière</u> détaillée intégrant les honoraires d'élaboration et de suivi.</p>
<p>Les livrables</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Une stratégie de communication globale pour tout le programme ; - Un plan de communication détaillé de la street campaign incluant : <ul style="list-style-type: none"> ▪ un à trois concepts clefs ; ▪ Des propositions des messages ; ▪ Des propositions des supports de communication ; ▪ Des illustrations approximatives des supports de communication proposés; - Une charte éditoriale - Un rapport d'évaluation du programme (ateliers de sensibilisation + street campaign) ;
<p>Soumission de candidature</p>	<p>Le dossier de candidature doit être envoyé par mail à l'adresse suivante: communication.credif@gmail.com et ce avant 27 Juillet 2020.</p>