

**REPOBLIKAN'I MADAGASIKARA**

**Fitiavana- Tanindrazana -Fandrosoana**

-----

**MINISTERE DEVELOPPEMENT NUMERIQUE, DES POSTES ET DES  
TELECOMMUNICATIONS**

**(MNDPT)**

-----

**AUTORITE DE REGULATION DES TECHNOLOGIES DE COMMUNICATION**

**(ARTEC)**

-----

## **TERME DE REFERENCE**

**N°2025/001-ARTEC/DG/PRMP/AMI**

**MISE EN PLACE, ACCOMPAGNEMENT ET EXECUTION DE LA  
STRATEGIE DE COMMUNICATION DE L'ARTEC**

**Lancé le 10 mars 2025**

**Financement : Ressources Propres Internes (RPI)  
Imputation budgétaire : 62260**

## **TERMES DE REFERENCE POUR LA MISE EN PLACE, ACCOMPAGNEMENT ET EXECUTION DE LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DE L'ARTEC**

### **1-CONTEXTE ET JUSTIFICATION**

L'Autorité de Régulation des Technologies de Communication (ARTEC) est un établissement public chargé de réguler et promouvoir le secteur des télécommunications à Madagascar. Dans un contexte de transformation numérique et d'évolution rapide du secteur, le rôle de la communication est essentiel pour renforcer la visibilité du régulateur, sensibiliser les parties prenantes aux régulations en vigueur et promouvoir l'accès à des services de télécommunications innovants.

A cet effet, l'ARTEC souhaite engager une agence de communication pour l'accompagner dans la mise en place et l'exécution de sa stratégie de communication institutionnelle. L'accent sera mis sur la production de contenus audiovisuels (vidéos, animations, etc.), en complément d'autres outils de communication.

### **2-DESCRIPTION DU MARCHÉ ET OBJECTIFS**

Le présent marché a pour objet de recruter une agence qui aura pour mission de renforcer la présence et l'impact des actions de communication du régulateur à travers les canaux numériques, traditionnels et institutionnels, avec un focus particulier sur :

- L'élaboration et l'exécution d'une stratégie de communication alignée sur les objectifs stratégiques et à la nouvelle vision du régulateur ;
- La conception et la production de supports audiovisuels de qualité (vidéos institutionnelles, animations explicatives, documentaires, capsules promotionnelles, etc.) ;
- La gestion des campagnes de communication (planification, diffusion, et évaluation des performances) ;
- Le renforcement de la notoriété et de la crédibilité du régulateur auprès des parties prenantes internes et externes.

L'agence travaillera en étroite collaboration avec la chargée de communication au sein de l'ARTEC.

### **3-RESULTATS ATTENDUS**

Les résultats attendus de la mission sont comme suit :

- Une stratégie de communication claire et précise en tenant compte des objectifs et de la nouvelle vision du régulateur ;
- Une amélioration de la visibilité de l'ARTEC auprès des diverses parties prenantes nationales et internationales ;
- Des outils de communication percutants facilement compréhensibles par le public, notamment des supports audiovisuels.

#### **4-DESCRIPTION DES ACTIVITES**

Le prestataire sera en charge d'accompagner l'ARTEC dans la mise en place d'une stratégie de communication pleinement alignée avec ses objectifs et sa nouvelle vision.

Entre autres, la mission se découlera sur les points suivants :

##### **4.1. Analyse et diagnostic**

- Évaluer les besoins de communication du régulateur ;
- Proposer un diagnostic de l'état actuel des activités de communication afin d'être force de propositions sur la communication du régulateur.

##### **4.2 Développement de la stratégie de communication**

- Concevoir une stratégie de communication adaptée aux besoins et aux objectifs de l'institution ;
- Identifier les publics cibles et développer des messages clés.

##### **4.3 Production de contenus**

- Réaliser des vidéos institutionnelles, des animations graphiques et des supports numériques ;
- Créer des contenus pour les réseaux sociaux, le site web et les supports imprimés ;
- Fournir des traductions et adaptations linguistiques si nécessaire.

##### **4.4 Mise en œuvre des campagnes de communication**

- Elaborer et exécuter un plan de communication au travers de canaux de communication innovants et adapté aux cibles ;
- Suivre les performances des campagnes et fournir des rapports d'évaluation.

##### **4.5 Appui et accompagnement**

- Former les équipes internes sur les outils et techniques de communication ;
- Offrir des conseils stratégiques en fonction des besoins émergents.

#### **5-METHODOLOGIE**

Chaque agence postulant devra proposer une méthodologie et un chronogramme bien détaillés pour l'exécution de la mission.

#### **6-DELAI D'EXECUTION DES PRESTATIONS**

La durée de la mission est de **douze (12) mois**.

## **7-QUALIFICATIONS ET PROFILS DES PRESTATAIRES**

L'agence devra être légalement établie. Elle devra disposer d'expériences réussies en matière de communications digitales et avoir réalisé des prestations de nature similaire. Des expériences avérées dans l'élaboration de campagnes de communication institutionnelle de masse seront un plus.

En matière de compétences et qualifications, l'agence doit :

- avoir au moins 10 ans d'expérience dans la communication/marketing ;
- avoir effectué au moins 2 prestations d'élaboration de stratégie de communication ;
- posséder un spécialiste artistique/création avec au moins 5 ans d'expérience en : graphisme, 3D, montage vidéo, conception et édition sur supports numériques et imprimés ;
- posséder un spécialiste en stratégie digitale, avec au moins 3 ans d'expériences dans la communication institutionnelle ;
- posséder un spécialiste en presse et média, avec au moins 3 ans d'expériences dans la communication institutionnelle ;
- posséder un spécialiste en communication, ayant une expérience avérée dans l'accompagnement d'élaboration de stratégie de communication qui démontre une bonne capacité à officier en tant que formateur

## **8-CONFIDENTIALITE**

Les soumissionnaires sont tenus de respecter la confidentialité de l'ensemble des informations communiquées.

## **9. LIVRABLES**

L'agence devra fournir les livrables suivants :

- Rapport de diagnostic et analyse des besoins ;
- Document de la stratégie de communication détaillée incluant le plan d'actions et les indicateurs de performance ;
- Vidéos et supports audiovisuels selon les besoins du régulateur :
  - o Des vidéos institutionnelles (3-5 minutes)
  - o Des capsules informatives (30-60 secondes)
  - o Des animations graphiques (1-3 minutes)
- Outils de communication adaptés à tous les supports média confondus : marketing digital (réseaux sociaux – site web) et traditionnel tels que les affiches, les flyers, les brochures, les spots publicitaires (radio et TV) ;
- Rapports d'exécution et d'évaluation des campagnes ;
- Guide de bonnes pratiques en communication pour le régulateur.

## **10-DELAJ DE REMISE DE MANIFESTATION**

Les manifestations d'intérêts doivent être déposées à l'Immeuble ARTEC, Lot IVL 41 Ter B-Andohatapenaka 2<sup>ème</sup> Etage - Porte 208 au plus tard le **mardi 25/03/2025 à 09h :00min.**