

TERMES DE REFERENCE

AGENCE DE COMMUNICATION POUR LA REALISATION DE LA QUATRIEME EDITION DU MAGAZINE REFORMER

(RELANCE)

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le **Projet de Réformes liées au Climat des Investissements (PRECI)** est subventionné par l'Union Européenne à hauteur de 1 million d'Euros sur trois ans, les activités du PRECI contribueront à l'amélioration de l'environnement des affaires et du climat d'investissement à Madagascar.

Les trois principaux objectifs du projet seront de : (1) contribuer à l'amélioration de l'environnement des affaires et au climat d'investissement à Madagascar, (2) contribuer à la digitalisation progressive des procédures administratives liées à la vie des entreprises, (3) contribuer au renforcement des capacités institutionnelles de l'EDBM

Le public cible :

Les organismes publics concernés par les réformes

Les Ambassades Malagasy

Les associations/groupements professionnels

Les Chambres de Commerce et d'Industrie

Les Partenaires Techniques et Financiers

Les réseaux régionaux et internationaux (COMESA RIA, AfrIPANet, WAIPA,)

Les Organisations de la Société Civile

Les medias

Le grand public

Les membres du CA d'EDBM Les employés d'EDBM

En tant qu'agence nationale de promotion des investissements, l'EDBM souhaite recourir aux services d'une agence de communication pour réaliser la rédaction, le design et le tirage de l'édition N°4 de son magazine semestriel REFORMER

II. OBJECTIFS ET ATTRIBUTIONS

En lien avec la direction générale, la direction de la publication et le comité de lecture de l'EDBM, l'objectif de la mission est d'assurer la rédaction, le design et le tirage de l'édition N°4 de son magazine semestriel REFORMER

1. Présentation du magazine REFORMER

Le magazine REFORMER est un semestriel publié par l'EDBM et consacré aux réformes mises en place par l'EDBM

Le magazine a un format A4 fermé et compte 28 pages avec les couvertures.

Le magazine compte les rubriques suivantes

Rubriques	Nombre de pages	Nombre	Nombre de mots en français	Nombre de mots en anglais
Sommaire	1	1	200	
Editorial	1	1	800	
Grand dossier	1 à 2	Jusqu'à 8	1400	800

La couverture du magazine est en PCB 170gr avec un pelliculage mat sur la face extérieure. Les pages intérieures sont en PCB 115gr. Le magazine est imprimé à 100% en quadrichromie.

2. Attributions de l'agence de communication

Suivant la ligne éditoriale, la charte graphique et le format fini définis par l'EDBM, l'agence sera en charge de :

- Piloter le comité de rédaction
- Collecter les données nécessaires auprès des entités et personnes concernées pour rédiger et illustrer les articles (verbaux, textes, chiffres, infographie, photographie, ...)
- Rédiger les articles en deux langues (version française et anglaise)
- Assurer le design général du magazine et de tous les éléments à inclure dans le magazine
- Développer et vendre des offres de visibilité dans le magazine
- Tirage du magazine à 300 exemplaires

3. Compétences et expériences de l'agence de communication

- Expériences en pilotage de comité de rédaction
- Expériences en collecte de données et la rédaction d'articles économiques multisectoriels
- Expériences en traduction d'article de français vers l'anglais
- Expériences en design éditorial
- Expériences dans le développement et la vente d'offres de visibilité
- Expériences dans la gestion de chaîne graphique et de travaux d'impression

4. Ressources humaines

L'agence de communication devra disposer en permanence des ressources humaines suivantes avec des compétences et des expériences avérées dans les domaines liés aux attributions des présents termes de référence

Fonctions	Formation et niveau	Nombre d'années d'expérience sur des travaux similaires aux attributions des présents termes de référence
Un(e) chef de projet	Master II en marketing-communication	Au moins 05
Un(e) rédacteur/rédactrice en chef	Master en communication	Au moins 07

Un(e) directeur/directrice artistique	Master en communication multimédia	Au moins 05
---------------------------------------	------------------------------------	-------------

5. Ressources matérielles

L'agence de communication devra disposer en permanence des matériels, équipements et outillages ci-dessous

Type de matériels	Nombre minimum requis
Poste de travail informatique adapté à des travaux graphiques lourds	3
Poste de travail informatique adapté à des travaux bureautiques	2
Matériels de prise photo et de vidéo	2
Accessoires de prise photo et de vidéo	Trépied, micros, Enregistreur audio, Appareil photo lumineux (iso 100 à 6200) et full frame avec fonction photo et vidéo, série d'optique lumineux de 24 à 200mm avec ouverture maximum de 1 : 2,8

6. Critères d'évaluation

Les soumissionnaires seront évalués sur des critères techniques incluant :

- Le nombre d'expériences similaires
- Les expériences des personnes ressources affectés au projet
- Les ressources matérielles

Et sur l'offre financière.

Les critères techniques seront pondérés à 80% de l'offre et l'offre financière à 20% de l'offre.