



## APPEL D'OFFRES | COMMUNICATION ET MARKETING TERMES DE REFERENCES

**Candidature à soumettre avant le vendredi 10 mai 2024**

### Consultation visant à :

- ✚ La création d'une identité visuelle
- ✚ L'élaboration d'un site internet
- ✚ Le développement de la stratégie de communication et du plan marketing de l'itinéraire culturel "*Sur la piste du Caméléon*"

Dans le cadre du projet "*Sur la piste du Caméléon*",  
Soutenu par l'Agence française de développement et la coopération décentralisée des  
départements de l'Isère et de Kédougou

# 1. Contexte de l'appel d'offres

## 1.1 Présentation du projet

Projet	Sur la piste du Caméléon : Structuration d'un grand itinéraire culturel en faveur des populations locales du Sénégal oriental
Pays	Projet : Sénégal Partenaires : Sénégal et France
Partenaires du projet	Association des Minorités Ethniques (AME) Aide Médicale et Développement Hydraulique Sans Frontière Energies Sans Frontière Tétraktys
Durée du projet	36 mois : 1 <sup>er</sup> novembre 2022 - 31 octobre 2025
Budget	1 443 000 €

Tétraktys intervient au Sénégal depuis 1999 en tant qu'acteur de développement local, culturel et touristique et travaille depuis plus de 20 ans à la valorisation de la culture des ethnies minoritaires du Sénégal oriental notamment dans le cadre de la coopération décentralisée Isère-Kédougou.

« Sur la piste du Caméléon » est un programme de développement rural mené par un consortium d'associations françaises et sénégalaises (Aide Médicale et Développement, Association des Minorités Ethniques, Energies sans frontières, Hydraulique sans frontières et Tétraktys) dans la région de Kédougou au Sénégal.

Le territoire présente des richesses culturelles et naturelles singulières et est doublement reconnu patrimoine mondial de l'UNESCO. Menacés par le dérèglement climatique entraînant la raréfaction des ressources en eau, par l'exploitation de gisements aurifères ayant des effets sur le tissu social, par la disparition de certains rituels avec la perte des mémoires vivantes et le manque de transmission, de nombreux habitants (particulièrement les jeunes) sont obligés de quitter des villages historiques qui ont pourtant une dimension symbolique forte.

La structuration d'un grand itinéraire culturel est une évidence pour tous. Il permettra de valoriser et promouvoir les territoires et le patrimoine de ces ethnies, de mettre en lumière les richesses et la singularité de ce territoire, de favoriser les échanges et les interactions entre les communautés. Le patrimoine est au cœur de ce programme comme vecteur de développement économique, d'amélioration des conditions de vie, de lien social et de gouvernance territoriale.



Ce programme bénéficie du soutien financier de l'Agence française de développement pour trois ans.

« Sur la piste du Caméléon » est pensé comme un levier pour le développement économique via le tourisme. L'activité touristique doit permettre des retombées directes pour les communautés (guidage, hébergement, agriculture, artisanat...) et indirectes (accès à l'eau, à l'énergie, à la santé...). L'objectif global est de contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations du Sénégal oriental en permettant la préservation des patrimoines et la transmission des savoirs.

Le programme est structuré en 3 axes :

### 1. Impulser de nouvelles activités économiques et sociales

- Un itinéraire culturel est identifié et tracé avec la création d'une charte graphique, l'aménagement de sites, la création d'outils de communication et la mise en place d'un éduc-tour.
- De nouvelles activités s'implantent sur le territoire avec la création de 3 fonds d'appui (développement des activités agroécologiques, d'activités culturelles et d'activités touristiques), elles sont promues et valorisées.

### 2. Préserver et valoriser les ressources naturelles et les patrimoines

- Trois sites pilotes permettant l'accès aux services et aux ressources de façon durable sont aménagés (accès à l'eau, accès aux soins et accès à l'énergie).
- Le patrimoine culturel, matériel et immatériel des Ethnies Minoritaires est sauvegardé avec la création d'un club d'ambassadeurs du territoire ; Mise en place d'un programme de sensibilisation et de valorisation au patrimoine culturel et immatériel.
- Le patrimoine naturel est préservé et valorisé avec la réalisation d'une étude environnementale et d'une étude d'impacts ; Mise en place d'un programme de sensibilisation à l'environnement.

### 3. Consolider la gouvernance locale

- L'Association des Minorités Ethniques est structurée et professionnalisée.
- La gouvernance de l'itinéraire culturel est initiée avec la mise en place d'un comité de réflexion stratégique de l'itinéraire culturel et la réflexion à la mise en place d'une charte de territoire.

En partenariat  
avec





## 1.2 Présentation des partenaires du projet

L'**Association des Minorités Ethniques (AME)** est une structure fédératrice des différentes communautés Bassari, Bedik, Coniagui et Diallonké. Sa vocation est d'appuyer l'émergence des consciences pour la préservation et la valorisation des diversités culturelles et artistiques et contribuer ainsi au rayonnement de la région et des terroirs en particulier.

**Hydraulique Sans Frontières (HSF)** est spécialisée dans le domaine de l'eau et de l'assainissement. A travers la réalisation d'ouvrages d'adduction d'eau potable et de latrines, elle contribue à une amélioration significative des conditions de vie des populations locales.

**Energies Sans Frontières (ESF)** a pour objectif de contribuer à l'amélioration des conditions de vie des populations défavorisées dans les secteurs de l'électricité, de l'eau et de la formation.

**Aide Médicale et Développement (AMD)** est une association française de solidarité internationale qui a pour objectif d'accompagner ceux qui n'ont pas accès à la santé dans les pays en développement.

**Tétraktys** est une ONG de coopération internationale et de développement local qui intervient au Sénégal, en tant qu'acteur de développement local, culturel et touristique et travaille depuis plus de 20 ans à la valorisation de la culture des ethnies minoritaires du Sénégal oriental.

En partenariat  
avec



## 2. Consultation

### 2.1 Objectif général

Le développement d'une stratégie de communication et la mise en place d'un plan marketing sont deux étapes majeures du projet "Sur la piste du Caméléon". Dans un premier temps, une communication réfléchie et efficace doit permettre au tourisme de devenir un réel vecteur de développement local en assurant la promotion de la région de Kédougou. Dans un second temps, cette stratégie doit permettre de favoriser l'adhésion des communautés locales à ce projet de territoire.

Plus spécifiquement, afin de promouvoir la destination dans son ensemble, le projet souhaite se doter d'une **charte graphique** propre à cet itinéraire culturel. Elle pourra se décliner sur les différents « territoires ethniques » afin de montrer les spécificités propres à chaque territoire traversé (ex : déclinaison de couleurs par « Territoire » en fonction des symboliques propres à chaque ethnie/terroir). Dans la conception de cette dernière, il sera tenu compte des chartes graphiques déjà établies par le passé par des programmes de valorisation patrimoniale de la zone afin de garder une certaine cohérence.

Ensuite, doté d'une charte graphique et notamment d'un visuel déclinable, l'itinéraire culturel permettra de réfléchir à une **marque/label de territoire**. Une marque de territoire constitue pour nous un signe distinctif permettant de créer une identité cohérente centrée sur les atouts du territoire. La marque de territoire est un moyen d'unifier la communication du territoire auprès des habitants, voyageurs et entrepreneurs. La création de cette marque devra résulter d'une stratégie cohérente de marketing territorial afin de modifier les perceptions traditionnelles associées au territoire ; renforcer le sentiment de fierté et d'appartenance à travers des valeurs communes, fédérer les actions de promotion et proposer une offre collective, d'augmenter la visibilité. Des temps de concertation et d'échanges entre les communautés, les porteurs d'initiatives, les collectivités, AME et Tétraktys seront mis en place tout au long du programme afin de définir un positionnement commun. A ce titre, plusieurs étapes afin d'arriver à la création de la marque de territoire sont souhaitées, notamment : 1/ un état des lieux de ce qui se fait au Sénégal ou ailleurs permettant de révéler les atouts du territoire et ses principaux traits identitaires, d'identifier les besoins et la demande ; 2/ déterminer le public visé par la marque ; 3/ participer à la réflexion du modèle de gouvernance en lien avec l'itinéraire culturel ; 4/ sensibiliser les habitants du territoire à la mise en place de la marque pour qu'ils en deviennent de véritables ambassadeurs.

*\*A noter qu'une charte graphique pour le programme de développement a été effectuée au début du programme. Elle diffère de la charte graphique et des éléments de communication spécifiquement liés à l'itinéraire, qui font l'objet de cet appel d'offre.*

## 2.2 Objectifs spécifiques

1. Réaliser un état des lieux :
  - a. Des approches « marque de territoire » au Sénégal ;
  - b. Des approches « marque de territoire » concernant spécifiquement les itinéraires culturels au Sénégal, en Afrique de l'Ouest et en Europe ;

2. Créer une identité de « marque de territoire » pour l'itinéraire culturel (*incluant une proposition de 6 logos qui devront être proposés au comité de suivi pour validation*) ;

3. Créer une identité visuelle de l'itinéraire (*incluant une proposition de 6 logos principaux déclinables par terroirs, qui devront être soumis au comité de suivi pour validation*) ;

*\*A noter que chacune des 4 ethnies devra pouvoir s'identifier à ce logo ; que ce logo devra évoquer la diversité culturelle et la singularité de la région ; que la déclinaison du logo principal concernera les 4 terroirs majoritaires (Bassari, Coniagui, Bédik, Dialonké).*

4. Créer des labels qualités (hébergement, guide, artisanat...) ;

*\*Des déclinaisons du logo principal devront donc être réalisées pour chaque label, incluant une palette de couleurs et typographie, un slogan et des pictogrammes.*

5. Créer un site internet qui devra respecter les éléments suivants :
  - a. Le site internet devra être moderne et fonctionnel (combinaison *Wordpress/Elementor* appréciée) ;
  - b. Le site devra mettre en valeur l'itinéraire mais aussi les patrimoines naturels et culturels de la région ;
  - c. Le site permettra aux touristes de pouvoir organiser leur aventure sur la piste du Caméléon de manière autonome ;
  - d. Le site sera doté d'une base de données des acteurs touristiques (notamment les hébergements, les guides et les artisans) de la région. Cette base de données sera également traduite en **carte interactive**. Cette base de données permettra aux touristes et aux acteurs touristiques de communiquer de manière directe, sans intermédiaire ;
  - e. Le site internet respecte l'identité visuelle préalablement créée ;
  - f. Le site internet sera disponible en français, anglais, espagnol ;
  - g. Le site devra pouvoir être édité de manière autonome (préférence pour l'utilisation de *Wordpress* et de l'extension *Elementor*).

*\*A noter que le nom de domaine « [surlapisteducameléon.com](http://surlapisteducameléon.com) » est déjà réservé.*

6. Elaborer la stratégie de communication et le plan marketing ;

7. Former les équipes de Tétraktys et d'AME à l'utilisation du matériel créé.

Le projet souhaite privilégier une approche de **co-construction avec les partenaires**, notamment dans l'élaboration de la stratégie et des outils de communication, ainsi que du plan marketing. L'ensemble des outils proposés devra être **validé par le comité de suivi, lequel pourra demander des modifications**. L'appui au marketing des produits commercialisés se fera dans le cadre des fonds d'appui via la marque de territoire/identité visuelle. Enfin, le projet souhaite bénéficier d'une assistance dans les premières étapes de la mise en œuvre de la stratégie.

L'ensemble des outils créé sera propriété du projet.

## 2.3 Livrables attendus

- ✚ Une note méthodologique incluant la méthodologie validée par le prestataire et l'équipe projet ;
- ✚ Un rapport de l'état des lieux des approches « marque de territoire » au Sénégal et à l'étranger ;
- ✚ Un document incluant la stratégie de communication et le plan marketing ;
- ✚ Un mode opératoire/kit d'utilisation pour l'utilisation de la « marque territoire » et des labels créées
- ✚ Un guide d'utilisation de l'identité visuelle, incluant notamment la charte graphique
- ✚ Un manuel d'utilisation du site internet
- ✚ Une vidéo promotionnelle de l'itinéraire.
- ✚ Des *templates* pratiques d'utilisation et facilement modifiables sont créés (ex. post Instagram et Facebook)
- ✚ Des logos sont facilement adaptables à la création des divers outils de communication prévus au terme du projet, notamment :
  - Livrets et flyers.
  - Roll-up et back drop.
  - Goodies, casquets, etc.
  - Carte touristique.
  - Communiqué de presse.

## 2.4 Résultats attendus

- Une « marque territoire » est créée et un slogan est validé ;
- Un logo principal et ses déclinaisons par terroirs sont validés et disponibles ;
- Les labels créés sont validés et connus des partenaires ;
- Le projet dispose à son terme d'un site internet fonctionnel et facile d'utilisation
- Un plan marketing et une stratégie de communication sont prêts à être mise en œuvre ;
- Un processus de cocréation participatif a contribué à l'appropriation du projet par les acteurs locaux et la population ;



## 2.5 Public cible

- Grand public
- Socioprofessionnels
- Bénéficiaires et communautés locales
- Presse spécialisée
- Tour-opérateurs
- Influenceurs

## 2.6 Méthodologie et chronogramme prévisionnel

Les échéances annoncées ci-dessous pourront être ajustées en fonction des besoins et des impératifs du projet et de son avancement, sous le contrôle et l'approbation du client.

Des sessions de cadrage seront organisées au début de chaque phase pour préciser les attentes et adapter les demandes/propositions. Des réunions intermédiaires régulières sont prévues sur la base d'un processus continu.

Une proposition de méthodologie est annoncée ci-dessous, mais les candidats sont libres de proposer la méthodologie la plus adaptée aux objectifs précités et aux attentes du projet. A noter qu'une mission de reconnaissance auprès des terroirs serait appréciée.

### **Phase 1 : Identités visuelles et labels**

**Étape 1 :** Réunion de cadrage avec le prestataire de services

→ mi-mai 2024

**Étape 2 :** Première proposition pour les identités visuelles et labels

→ 15/07/2024

**Étape 3 :** Présentation de la version finale des identités visuelles et labels

→ 15/09/2024

### **Phase 2 : Stratégie de communication et plan marketing**

**Étape 4 :** Réunion de cadrage avec le prestataire de services

→ mi-mai 2024

**Étape 5 :** Première proposition de la stratégie de communication et du plan de marketing

→ 15/09/2024

**Étape 6 :** Présentation de la version finale de la stratégie de communication et du plan marketing

→ 15/10/2024

### **Phase 3 : Développement du site internet**

**Étape 7 :** Réunion de cadrage avec le prestataire de services

→ 15/09/2024





**Étape 8 :** Première proposition de la trame du site internet

→ 25/10/2024

**Étape 9 :** Présentation du site internet et du manuel d'utilisation

→ 15/12/2024

## 2.7 Budget

Le budget maximum pour cette consultation est de 25 000€.

# 3. Candidature

## 3.1 Profil du prestataire

Le prestataire de services doit satisfaire aux exigences techniques suivantes :

- Une expérience d'au moins 5 ans dans la création d'identité visuelle, la stratégie de communication/marketing et la conception de sites internet ;
- Une équipe ayant une formation universitaire et une expérience professionnelle démontrées dans les domaines de la communication, du marketing, de la conception graphique, de la conception de site internet, de campagnes créatives, etc. ;
- Au moins 3 références pour des prestations similaires à la présente (aspects techniques, stratégiques et d'assistance), et un book/portfolio qualitatif ;
- Compréhension, sensibilité et capacité d'adaptation aux valeurs du projet. Ce qui doit être démontré dans la proposition de méthodologie ;
- Maîtrise du français (la maîtrise de l'anglais et de l'espagnol est un atout) ;
- Une expérience dans le domaine de l'itinérance, du tourisme durable, de la préservation et valorisation du patrimoine est un plus.

## 3.2 Documents de l'appel d'offres

L'appel d'offres est constitué des documents suivants :

- Termes de référence
- Annexe 1 : Procédures d'appels d'offre
- Annexe 2 : Formulaire d'application
- Annexe 3 : Proposition financière

En partenariat  
avec





### 3.3 Candidature

Les candidatures nationales sont vivement encouragées.

**Date limite de candidature : 10/05/2024 à 12h00 (heure française).**

*Toute question concernant l'appel d'offres doit être adressée avant le 29/04/2024 à 12h00 (heure française).*

*Les réponses seront publiées le 17/05/2024 en fin de journée, à l'adresse :*

<https://tetraktys-association.org/faq-communication-cameleon/>

Phase de sélection (présélection / entretiens / sélection) : Du 13/05/2024 au 17/05/2024

Les candidatures doivent être envoyées conjointement aux adresses suivantes :

[agathe.riallan@tetraktys-ong.org](mailto:agathe.riallan@tetraktys-ong.org) ; [tom.darbon@tetraktys-ong.org](mailto:tom.darbon@tetraktys-ong.org) ;

[amekedougou@gmail.com](mailto:amekedougou@gmail.com) .

La mention de l'objet devra être « Appel d'offres communication et marketing – Sur la Piste du Caméléon ».

En partenariat  
avec

