

REPUBLIQUE ISLAMIQUE DE MAURITANIE

Honneur-fraternité-justice

AUTORITE DE LA ZONE FRANCHE DE NOUADHIBOU

Projet d'Eco pôle Halieutique de Nouadhibou

Avis à manifestation d'intérêt

pour le recrutement d'une agence de communication

1. Contexte :

Le Gouvernement de la République Islamique de Mauritanie a reçu un don de l'Association Internationale de Développement pour couvrir le coût du projet de Projet d'Eco pôle Halieutique de Nouadhibou et entend affecter une partie du produit de ce don aux paiements d'un contrat pour le recrutement d'une agence de communication pour promouvoir les atouts, avantages comparatifs et opportunités d'investissement de la Zone Franche de Nouadhibou (ZFN) ainsi que son cadre juridique et institutionnel au niveau national et international, auprès des opérateurs et développeurs économiques, investisseurs, acteurs et décideurs nationaux et internationaux, population locale et nationale ainsi que les partenaires au développement

2. Objectif principal de la mission

Définir et bâtir deux stratégies à la fois globales et intégrales de promotion des investissements et de communication et leur déclinaison en des actions définies et ciblées, sur une période de deux (2) ans. L'objectif est d'une part : stimuler le développement du secteur privé et attirer d'avantages de flux entrants d'investissements directs étrangers (IDE), d'autre part donner une visibilité plus large de la ZFN pour mieux faire connaître : (i) ses objectifs, (ii) son cadre institutionnel et juridique, (iii) ses opportunités d'investissement, son climat d'affaires, ses retombées économiques sur la ville de Nouadhibou, la Mauritanie d'une manière générale et dans la sous-région.

3. Objectifs spécifiques de la mission

Les tâches spécifiques de l'Agence sont déclinées ci-après :

- Analyser l'environnement économique et social du rayon d'intervention de la ZFN.
- Identifier les forces, faiblesses, opportunités et menaces de cet environnement et proposer les voies et moyens pouvant permettre à la ZFN d'en tirer le meilleur profit.
- Identifier les éventuelles sources de blocage préjudiciables au rayonnement de la ZFN et proposer des solutions ou des approches de contournement.
- Identifier les facteurs majeurs pouvant asseoir, nourrir, conforter et accroître la notoriété de la ZFN, son image de marque (cadre juridique, régime d'incitation, opportunités d'investissements, secteurs d'intervention, bilans des réalisations, les projets majeurs, les impacts socio-économiques des projets, les résultats, la qualité de son portefeuille, etc.).
- Proposer les voies et moyens pouvant permettre à la ZFN d'asseoir sa notoriété et de tirer le meilleur profit de celle-ci.
- Proposer des mécanismes de veille permettant à la l'Autorité de la Zone Franche de Nouadhibou (AN-ZF) d'être au fait des évolutions de son environnement (activités des autres Zones économiques exclusives, problématiques de développement, etc.), de prendre part aux

événements (forums, séminaires, salons, foires, ...) qui sont organisés dans le monde et dont les thèmes sont pertinents pour la ZFN.

- Proposer des mécanismes permettant à l'AN-ZF d'entretenir des relations suivies avec les investisseurs, y compris en envisageant l'introduction d'outils de CRM (Customer Relationship Management).
- Proposer des services que l'AN-ZF peut rendre aux investisseurs et opérateurs économiques installés dans la ZFN qui soient sources supplémentaire de visibilité et de notoriété (accompagnements, assistance, conseils, etc.).
- Assurer la visibilité de la ZFN à travers les outils de communication (site web, communication en ligne, réseaux sociaux, presse...).

A la suite de ces approches :

- définir et mettre en œuvre les deux stratégies complémentaires pour la promotion et la communication en tenant compte de la spécificité de la ZFN et du public cible ;
- mobiliser les acteurs, décideurs nationaux et internationaux de tous les secteurs (public, privé, société civile, partenaires au développement) autour du projet de la ZFN ;
- informer et orienter les investisseurs et opérateurs économiques sur les opportunités offertes par la ZFN d'une manière générale ;
- accompagner pendant les deux ans la mission l'AN-ZF dans toutes ses activités de promotion et de communication.

4. Profil du consultant :

L'Agence de communication devra être agréée dans son domaine. Elle devra justifier d'au moins trois (3) références dans des missions similaires au cours des dix dernières années. Elle devra également avoir :

- une expérience avérée (prouvée par des attestations) dans le conseil, l'élaboration de stratégie de communication et de promotion des investissements ainsi que la conception et la production d'outils de communication pour le développement ;
- une expérience avérée (prouvée par les attestations) dans la mise en œuvre de plans de promotion des investissements et de communication pour le développement ;
- une expérience dans la communication institutionnelle et la promotion de l'investissement public et privé ;
- une expérience dans les activités de promotion et dans l'organisation de salons, forum, séminaire et l'évènementiel d'une manière général ;
- une expérience avérée (prouvée par des catalogues ou des brochures) en matière de conception, de production de supports de communication physique et audiovisuels ;
- une expérience dans l'implémentation de campagne média à travers les canaux classiques tels : média presse, media TV, média affichage, presse et hors média.

L'équipe de l'Agence devra au moins comporter le personnel-clé suivant :

- un Chef de mission expert spécialiste en communication et en relations publiques avec une bonne connaissance du paysage médiatique; de niveau minimum Bac+4 en communication et promotion ayant une expérience professionnelle d'au moins cinq (5) ans en communication et ayant piloté au moins trois (3) missions similaires pour des organismes/sociétés/structures d'envergure nationale ou internationale. (préciser les références) ;

- un Designer-infographe, de niveau minimum Bac+2, ayant au moins trois (3) ans d'expérience professionnelle dans le domaine de l'infographie ;
- un expert en évènementiel ayant des capacités polyvalentes avec l'aptitude de faire travailler ensemble des personnes de milieux professionnels très différents, et ayant au moins cinq (5) ans d'expérience professionnelle dans le domaine.

5. Durée de la mission :

La durée prévue pour la mission est de 2 ans.

6. Manifestation d'intérêt :

Les agences (firmes) intéressés, remplissant les conditions requises, doivent fournir les informations indiquant qu'elles sont qualifiées pour exécuter lesdites prestations à travers la transmission d'un tableau détaillé indiquant leurs références pertinentes; pour chaque mission indiquée dans ledit tableau, préciser l'intitulé de la mission, son montant en US\$, l'adresse complète du bénéficiaire (téléphone, fax, courriel) et la période d'exécution de celle-ci.

Les agences (firmes) seront sélectionnées, suivant la méthode Sélection fondée sur la Qualification de Consultant (QC), en accord avec les procédures définies dans les Directives : Sélection et Emploi des Consultants par les Emprunteurs de la Banque Mondiale, publiées en janvier 2011.

7. Les informations complémentaires peuvent être obtenues à l'adresse indiquée ci-dessous aux heures de travail pendant les journées ouvrables ou en faisant une demande par email à l'adresse : rpmpephn@gmail.com.
8. Les manifestations d'intérêt rédigées en français doivent être déposées à l'adresse ci-dessous au plus tard le jeudi 11 janvier 2018 12 heures précises (GMT). Les manifestations d'intérêt doivent porter clairement la mention «**Recrutement d'une Agence de Communication** » à l'adresse suivante :

Commission des Marchés et Conventions de la Zone Franche de Nouadhibou
P5-485 à 488 , BP 500 ;Tél : +222 45 74 41 67
Nouadhibou – Mauritanie
Mail : j.cheikh@ndbfreezone.mr

9. L'administration se réserve le droit de ne donner aucune suite à tout ou partie de la présente manifestation d'intérêt.