
Appui au Ministère délégué chargé des MRE et des affaires de la migration dans l'élaboration d'un plan de communication et de visibilité du programme d'appui aux politiques migratoires

Terme de référence de la mission

Contexte de la mission

La Stratégie Nationale d'Immigration et d'Asile (SNIA) dans laquelle s'est engagée le Royaume du Maroc depuis 2014 sous l'impulsion du Roi Mohammed VI constitue un acte politique ambitieux, courageux, et responsable en réponse à l'une des problématiques majeures que rencontre l'Afrique et l'espace euro-méditerranéen.

Basée sur des valeurs de solidarité, d'accueil et d'intégration qui ambitionne de faire de la mobilité humaine un facteur de développement international, la SNIA constitue une approche unique que l'Union européenne s'est engagée à soutenir pour contribuer à maximiser l'effet positif des migrations sur le développement conformément à l'Approche Globale de la question des migrations et de la mobilité.

A cet égard, le Maroc et l'Union Européenne ont signé en décembre dernier une convention de financement pour le renforcement des politiques migratoires du Maroc. Ce programme a pour objectif d'améliorer la gouvernance de la migration au Maroc par l'appui aux stratégies nationales d'immigration et d'asile et pour les marocains résidant à l'étranger.

Doté d'une enveloppe de 390 millions de dirhams pour une durée de 4 ans, ce programme qui met les migrants au centre de son action, a pour objectif global d'améliorer la gouvernance de la migration au Maroc par l'appui aux Stratégies nationales d'Immigration et d'Asile et pour les Marocains résidant à l'Etranger (MRE) et ce plus spécifiquement en renforçant i) le cadre législatif et institutionnel en vue de promouvoir la protection des migrants et ii) les institutions marocaines dans leurs fonctions de pilotage, mise en œuvre et suivi en vue d'appuyer l'intégration socio-économique des migrants et des MRE.

Les résultats attendus sont les suivants :

- ✓ Résultat 1. Le cadre réglementaire et légal de la Stratégie Nationale d'Immigration et Asile est adopté et opérationnel
- ✓ Résultat 2. Le MDCMREAM est renforcé dans ses capacités institutionnelles
- ✓ Résultat 3. La connaissance du phénomène migratoire au Maroc est renforcée
- ✓ Résultat 4. L'assistance sociale et humanitaire aux migrants et demandeurs d'asile au Maroc est renforcée
- ✓ Résultat 5. L'insertion professionnelle des migrants régularisés est facilitée
- ✓ Résultat 6. Le programme de retour volontaire des migrants au Maroc vers leurs pays d'origine est élargi et bénéficie d'une plus grande appropriation par l'État marocain

La communication et la visibilité de l'Union européenne constituent des obligations légales pour toutes les actions extérieures qu'elle finance. A cet égard, les dispositions techniques et

administratives (DTA) de la Convention de Financement prévoient que les autorités nationales soumettent avec leur première demande de décaissement de tranche variable, un "Plan de Communication" qui articulera les actions de communication/visibilité en relation avec chaque objectif et résultat du programme. La validation de ce Plan par l'UE sera une condition préalable de décaissement de la première tranche variable.

Les DTA prévoient que le Ministère Délégué auprès du Ministère des Affaires Etrangères et de la Coopération Internationale chargé des Marocains Résidant à l'Etranger et des Affaires de la Migration (MDCMREAM) élabore avec l'appui éventuel d'un expert, le "Plan de Communication".

C'est pourquoi, il a été envisagé qu'une mission d'expertise puisse être organisée dans le cadre du projet d'Appui au MDCMREAM dans la réalisation de ses fonctions de planification et de gestion des politiques migratoires du Maroc pour accompagner le MDCMREAM dans **la préparation de ce plan de communication** qui devra inclure notamment :

- la définition d'une vision et des objectifs clairs, des efforts d'information et de communication à déployer ;
- l'identification des différents publics cibles : les administrations engagées dans la politique migratoire du Maroc au côté du MDCMREAM et les bénéficiaires finaux de la politique migratoire du Maroc comprenant les Marocains Résidant à l'Etranger et les associations de MRE (pour la SNMRE) ainsi que les étrangers présents sur le territoire marocain et plus spécialement parmi eux les migrants, les réfugiés et les demandeurs d'asiles (pour la SNIA) ;
- des actions d'information, de communication et de visibilité destinées à informer les groupes cibles sur les raisons des actions entreprises, le soutien de l'UE, les résultats et l'impact du programme d'appui aux politiques migratoires ;
- l'identification des approches et des outils appropriés pour faciliter la compréhension et la visibilité des actions du ministère dans le cadre de la politique de migration et d'asile (société civile, associations, et le secteur privé)

Le plan de communication contribuera à accroître la visibilité sur les efforts conjoints du Royaume du Maroc et de l'Union Européenne pour renforcer la gouvernance et l'efficacité de la politique migratoire du Maroc, soutenir ses bénéficiaires et veillera à respecter les nouvelles lignes directrices de « communication et visibilité des actions extérieures financées par l'UE ».

Objectifs et résultats attendus

Objectif global

Appuyer le Ministère dans la préparation d'un plan de communication et de visibilité du Programme d'appui aux politiques migratoires du Maroc.

Objectifs spécifiques et résultats attendus

- ✓ OS1 : Etablir le cadre de référence du plan de communication :
 - R1-1 : Définir les objectifs du plan de communication, de visibilité et de plaidoyer ainsi que les résultats attendus en fonction des cibles du programme ;

-
- R1-2 : Identifier l'ensemble des groupes cibles (bénéficiaires directs et indirects) concerné et définir pour chacun d'eux les messages clé en relation avec les objectifs opérationnels du programme ;
 - R1-3 : Elaborer les indicateurs par objectif/groupe cible en prenant en compte les cibles du programme ainsi que leur moyen de vérification.
 - ✓ OS2 : Identifier les outils de communication à développer:
 - R2-1 : Identifier les outils et canaux de communication à privilégier ;
 - R2-2 : Définir les activités de communication à mettre en place en fonction des cibles du programme et des résultats fixes en proposant un calendrier indicatif de mise en œuvre couvrant la période de la Convention de financement.
 - ✓ OS3 : Définir un cadre de mise en œuvre approprié au sein du Ministère :
 - R3-1 : Identifier les besoins humains et organisationnel nécessaire ;
 - R3-2 : Présenter un budget prévisionnel.

Livrables de l'activité

- ✓ Une note de cadrage
- ✓ Un rapport d'étude ;
- ✓ Un plan de communication et de visibilité;

Méthodologie

Les travaux se dérouleront au Maroc et s'articuleront autour des étapes ci-après :

- ✓ Une réunion de lancement où sera présentée la note de cadrage;
- ✓ Un état des lieux des outils de communication du Ministère dédiés aux affaires de la migration ;
- ✓ Une analyse des besoins ;
- ✓ L'élaboration d'un plan de communication et de visibilité ;
- ✓ Une restitution sous la forme d'un atelier interne au Ministère.

Le plan de communication sera développé en respectant les nouvelles lignes directrices (janvier 2018) à l'attention des partenaires de « Communication et visibilité des actions extérieures financées par l'UE ».

Réunion de lancement

Une réunion de lancement de la mission devra être planifiée avec le Ministère. Elle mobilisera des représentants des Ministères et des Institutions responsables de la mise en œuvre du Programme d'appui aux politiques migratoires, notamment pour assurer une synergie avec leurs propres stratégies de communication.

Celle-ci permettra de préciser les objectifs, de recueillir les attentes des parties, d'arrêter une méthodologie de mise en œuvre ainsi qu'un comité de suivi si nécessaire.

L'expert consultera les autres bénéficiaires des soutiens de l'Union Européenne et les partenaires du MDCMREAM sur le secteur de la migration au Maroc afin d'identifier des synergies pour accroître la visibilité globale des actions mises en œuvre.

Enfin la Délégation devra valider le plan de communication en tout état de cause au moment de sa réception.

Un état des lieux des outils de communication dédiés aux affaires de la migration

La réflexion s'appuiera également sur l'organisation existante du Ministère de manière à être en phase avec les modes de gestion et les outils actuellement en œuvre. A ce niveau un regard complémentaire sera également porté sur les stratégies de communication développées sur le secteur de la migration à l'initiative d'autres Ministères, institutions ou partenaires techniques déjà engagés avec l'Union Européenne afin de faire converger les outils développés.

Une analyse des besoins

Avec l'appui des chargés de communication du Ministère, l'expert analysera les besoins en termes de communication ainsi que des moyens disponibles au travers de la mise en place d'une matrice de communication. Cette analyse se concentrera principalement sur les réalisations et sur l'impact attendu des actions pendant tout le cycle du programme d'appui aux politiques migratoires. Elle se fondera sur un phasage basé sur les événements importants du programme et différenciera en fonction des cibles identifiées les messages clefs et les outils de communication à privilégier.

L'élaboration d'un plan de communication et de visibilité

Sur la base des échanges avec les différentes instances concernées et des besoins identifiés, l'expert devra élaborer un plan de communication et de visibilité global du programme d'appui aux politiques migratoire. Pour cela, il s'agira de définir et d'identifier précisément :

- ✓ Les objectifs généraux et spécifiques de communication du programme ;
- ✓ Les publics cibles ;
- ✓ La stratégie de communication et les activités à mettre en place en direction de ces différents publics cibles ;
- ✓ Le contenu des messages à diffuser ;
- ✓ Les canaux de communication sur lesquels s'appuyer ;
- ✓ Les moyens et le budget nécessaires mobilisés par le MDCMREAM pour la mise en œuvre de ce plan de communication ;
- ✓ Le calendrier de mise en œuvre ;
- ✓ Les modalités de reporting sur la mise en œuvre du plan de communication.

En outre, un accent spécifique devra être également apporté pour renforcer la communication sur les efforts conjoints du Royaume du Maroc et de l'Union Européenne en direction des bénéficiaires finaux du programme, à savoir les migrants, au travers d'une approche différenciée.

Restitution

Enfin, les résultats de cette mission seront présentés dans le cadre d'un atelier interne au Ministère où le plan de communication et de visibilité produit sera présenté en vue de recueillir des recommandations et commentaires de manière à pouvoir finaliser et valider les propositions.

Le programme de la mission pourra s'organiser de la manière suivante :

- 1- Préparation d'une note méthodologique pour la réalisation de l'étude : 2,5 jours

-
- 2- Organisation d'une réunion de lancement : 0,5 jours
 - 3- Un état des lieux des outils de communication dédiés aux affaires de la migration : 5 jours
 - 4- Une analyse des besoins et la mise en place d'une matrice de communication : 5 jours
 - 5- L'élaboration d'un plan de communication et de visibilité : 3 jours
 - 6- Organisation d'une réunion de restitution : 1 jour
 - 7- Finalisation du rapport et du plan de communication : 2 jours

L'ensemble du processus s'inscrira dans un cadre participatif élargi. Pour cela, tel qu'indiqué précédemment, il sera supervisé par le Ministère qui pourra solliciter d'autres acteurs du secteur en cas de besoins. Sa mission consistera plus particulièrement à suivre la mise en œuvre de la mission et à valider ses résultats.

Lieu et calendrier

Lieu

La prestation sera réalisée au Maroc.

Date de début et période d'exécution

Le plan de communication et de visibilité devant être terminé impérativement début juillet, la date prévue pour le début de la mission est fixée à début juin 2018, pour une durée prévisionnelle globale de 1 mois.

Besoins

Les besoins estimatifs en ressource humaine sont d'environ 19 hommes/jours.

L'expert devra répondre au profil suivant :

- ✓ Avoir un diplôme de BAC + 4 au minimum en Communication, Journalisme ou équivalent ;
- ✓ Justifier d'au moins 10 années d'expérience en matière de communication institutionnelle ;
- ✓ Justifier d'une expérience internationale en matière de communication institutionnelle dans des programmes d'appui au développement. La connaissance du secteur migration sera un atout ;
- ✓ Avoir une expérience avérée dans l'élaboration, la mise en œuvre et le suivi de plans de communication et de visibilité ;
- ✓ Avoir une excellente capacité rédactionnelle et une excellente maîtrise du français ;
- ✓ La connaissance du contexte institutionnel marocain serait un atout.
- ✓ Publications et contributions à des études/rapports en lien avec la thématique à traiter seraient un avantage (à justifier).

Rapports

Note de cadrage

Un rapport de cadrage sera fourni indiquant :

- ✓ L'approche méthodologique et les outils d'entretiens et d'analyse proposés ;
- ✓ Le plan de travail détaillé par phase, y compris les entretiens et visites prévus.

Rapport de mission

Un rapport d'étude sera produit à la fin de la mission et devra comporter :

- ✓ Les principales étapes de réalisation ;
- ✓ Un état des lieux des outils de communication dédié aux affaires de la migration du Ministère et de leur gestion ;
- ✓ Une évaluation qualitative des attentes ;
- ✓ Une réflexion sur les outils de communication qui pourraient être valorisés ;
- ✓ Des recommandations opérationnelles sur le mode de gestion de ce plan de communication du Ministère et de leur mode de gestion à mettre en place au niveau du Ministère pour assurer la mise en place de ce plan de communication.

Il tiendra compte des remarques et recommandations qui auront été formulées tout au long de la réalisation de la mission.

Plan de communication et de visibilité

Une publication des résultats de la mission au-travers d'un plan de communication détaillé est également à fournir. Il comprendra les éléments suivants, à savoir :

Objectifs

1. Objectif(s) de communication
2. Groupe(s) cible(s)
3. Messages clé par groupe cible (en relation avec les objectifs opérationnels de l'action)

Activités

4. Outils et canaux de communication choisis
5. Principales activités de communication envisagées et calendrier indicatif

Evaluation

6. Indicateurs par objectif/groupe cible
7. Moyens de vérification/feedback

Ressources

8. Ressources humaines : point focal pour la communication
9. Ressources financières : budget disponible pour les activités de communication