

TERMES DE REFERENCE POUR LA FORMATION EN DEVELOPPEMENT DE PRODUITS TOURISTIQUES

I. Contexte général

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires identifiés par le Gouvernement de Madagascar pour contribuer au développement économique et social du pays. Un objectif de 500.000 arrivées de touristes internationaux en 2023 a été fixé dans le but de générer USD 1,4 milliards de recettes touristiques annuelles et un volume de 100.000 emplois directs. En 2019, le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) a enregistré 380.000 arrivées et une croissance annuelle moyenne de 11,5% sur la période 2009-2019.

La pandémie Covid-19 a touché le tourisme à Madagascar comme partout dans le monde : les principaux marchés émetteurs de la destination (France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) ont été parmi les premiers à mettre en place des restrictions de déplacement et des mesures de confinement de leurs populations. Madagascar a fermé ses frontières aux vols commerciaux depuis le 19 mars jusqu'à présent sur Antananarivo, le principal aéroport du pays (89% du trafic international). Depuis octobre 2020, Nosy-Be accueille de nouveau des vols internationaux et environ 4.350 passagers ont pu débarquer en respectant les protocoles sanitaires définis par l'Aviation Civile de Madagascar (ACM) en coordination avec les autorités sanitaires. Une enquête menée auprès des entreprises¹ a établi que le tourisme est le secteur économique le plus affecté par la Covid-19 à Madagascar avec une baisse de la production et de la demande respectivement de 92% et 89%.

Le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) définit et met en œuvre la politique publique du tourisme. Les nouvelles orientations stratégiques visent à améliorer la résilience du secteur aux futurs chocs à travers notamment la diversification du marché (offre et demande), une digitalisation accrue de la gestion des activités touristiques et la gestion durable du tourisme.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale pour soutenir le développement économique de zones à fort potentiel de croissance par une dynamisation du Secteur Privé et l'appui à des secteurs porteurs dont le tourisme. Le Projet PIC2 intervient dans les Régions Diana, Atsimo Andrefana, Anosy et sur l'île Sainte Marie. Suite à la Covid-19, le Projet PIC2 a fait l'objet d'une restructuration pour appuyer le Gouvernement et le MTTM dans la mise en œuvre du Plan Multisectoriel d'Urgence (PMDU) sur les différentes activités prévues pour soutenir le secteur privé.

II. Nature et objet de la mission

Le MTTM, avec l'appui du Projet PIC2, recrute un ou des consultants formateurs individuels pour développer et dispenser un programme de formation spécifique sur la thématique "Développement de produits touristiques dans un contexte post-covid 19" destiné aux opérateurs touristiques localisés dans les zones d'intervention du projet PIC2 et exceptionnellement dans la région Analamanga qui concentre 45% des opérateurs touristiques formels de Madagascar.

L'objectif de la mission est de fournir aux opérateurs touristiques de Madagascar la méthodologie et les outils qui leur permettront d'évaluer les produits existants qu'ils proposent à leurs clients, d'identifier des points d'amélioration et d'innovation, de concevoir et de créer des projets de développement de produits

¹MEF/INSTAT, Impact De La Covid-19 Sur Les Activités Des Entreprises, août 2020

conformes aux attentes du marché dans un contexte post-covid 19 et dans le cadre d'une diversification attendue de l'offre touristique de la destination Madagascar.

Les produits touristiques sont différents selon la catégorie d'opérateurs qui les proposent :

- circuit sur une zone géographique donnée,
- séjour dans une zone géographique donnée,
- site ou attraction touristique, naturel ou culturel,
- activités touristiques spécifiques,
- etc.

Les participants au programme de formation seront les cadres dirigeants d'entreprises touristiques formelles comme les établissements d'hébergement, les Tour-Opérateurs réceptifs, les gestionnaires de sites ou d'attractions touristiques, les excursionnistes ou les prestataires spécialisés dans la limite de deux personnes par entreprise. Ils se seront préalablement inscrits sur un site web prévu à cet effet. Les CV des participants seront disponibles avant la formation.

Le programme de formation sera également ouvert à la participation de formateurs et consultants nationaux comme bénéficiaires dans la limite des capacités disponibles et selon des critères de sélection clairs.

III. Etendue des tâches

La mission se déroulera selon les trois principales étapes suivantes :

a) Définition d'un programme de formation

La formation est prévue se dérouler essentiellement en ligne sur une durée entre trois (3) et cinq (5) jours alternant cours, travaux pratiques, travaux de groupes et études de cas. Des sessions en présentiel seront envisagées quand les restrictions de déplacement international seront levées.

Des sessions spécifiques pourront être proposées pour les différents métiers du tourisme proposant des typologies différentes de produits.

Le consultant formateur veillera à ce que le programme soit adapté aux besoins des opérateurs touristiques dans un contexte post-covid 19, le plus interactif et pratique possible en vue d'une application immédiate par les entreprises bénéficiaires. Il adaptera le contenu du programme au fur et à mesure du déroulement des sessions pendant les 12 mois prévus.

b) Réalisation des programmes de formation

Cinq (5) sessions de formation seront organisées tout au long de l'année 2021 au fur et à mesure des inscriptions enregistrées sur le site web mis en place à cet effet. Chaque session réunira un maximum de 20 opérateurs touristiques regroupés dans différentes salles réparties sur différents pôles, à savoir Diégo Suarez, Nosy Be, Antananarivo, Sainte Marie, Tuléar et Fort-Dauphin.

Comme indiqué ci-dessus, les sessions sont prévues se dérouler essentiellement en ligne.

Il est prévu de mettre à disposition des participants les données et les informations sur les différents marchés pour s'assurer de l'adéquation des couples produits / marchés proposés. Ils seront identifiés par le consultant formateur.

c) Evaluation des projets d'entreprises

Il est attendu que les participants bénéficiaires remettent à l'issue des sessions de formation un concept note de projet de développement de produits pour leur entreprise. Le consultant formateur établira les critères d'évaluation des projets présentés et procèdera à leur évaluation objective sur la base d'un système de notation.

La qualité du projet d'entreprise fera partie des critères de sélection des entreprises qui bénéficieront d'un appui individualisé du Projet PIC2 pour sa mise en œuvre.

Le consultant formateur sera éventuellement amené à accomplir d'autres tâches liées à la mise en œuvre des programmes de formation et au suivi des projets émanant des participants bénéficiaires, notamment l'évaluation d'autres projets présentés par des entreprises qui n'auront pas participé aux formations.

IV. Livrables attendus

Le consultant formateur fournira les livrables suivants correspondant à chaque étape :

- Livrable 1: programmes détaillés de formation avec les supports prévus (présentations, films, études, données, etc.) et le calendrier indicatif.
- Livrable 2: rapports de formation incluant les conclusions, leçons apprises et recommandations à l'issue de chaque session réalisée.
- Livrable 3: rapports d'évaluation des projets d'entreprises à l'issue de chaque formation.

D'autres livrables pourront être remis tout au long de la mission en fonction de l'évolution du programme.

V. Durée et organisation de la mission

La durée globale de la mission est estimée à 30 hommes/jours répartis sur une période de 12 mois pour le ou les consultants formateurs. La mission est prévue démarrer en mars 2021. Chaque consultant formateur sera rémunéré au temps passé sur la période indiquée.

Les honoraires incluront tous les coûts inhérents au bon déroulement des formations notamment l'acquisition des programmes informatiques nécessaires. L'organisation logistique de la participation des bénéficiaires dans chaque zone (lieu, connexion Internet, fiche de présence, invitations, transports, etc.) sera supervisée par une entité partenaire du Projet PIC qui jouera le rôle de Maître d'ouvrage délégué (MOD).

Le consultant formateur établira une liste des informations dont il aura besoin pour établir les programmes de formation adaptés au contexte de la covid-19, à celui de Madagascar et aux besoins des opérateurs touristiques. Le MOD se chargera de donner les réponses nécessaires ainsi que tous documents utiles.

La liste et la biographie des participants aux programmes de formation seront transmis aux formateurs au plus tard une semaine avant le début de chaque session de formation.

Les interlocuteurs du consultant formateurs pour cette mission sera le Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

VI. Profils requis des consultants formateurs

- Diplôme niveau Master dans le domaine du tourisme, de l'hôtellerie ou tout autre domaine lié ;
- Expériences d'au moins 8 ans en matière de développement de produits touristiques ;
- Parfaite connaissance des marchés émetteurs européens, et dans une moindre mesure des marchés asiatiques et africains,
- Expériences probantes en formation et renforcement de capacités d'entreprises ;
- La connaissance du contexte du tourisme de Madagascar est un atout, de même que la maîtrise du français.

TERMES DE REFERENCE POUR LA FORMATION EN GESTION DURABLE DES ENTREPRISES TOURISTIQUES

I. Contexte général

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires identifiés par le Gouvernement de Madagascar pour contribuer au développement économique et social du pays. Un objectif de 500.000 arrivées de touristes internationaux en 2023 a été fixé dans le but de générer USD 1,4 milliards de recettes touristiques annuelles et un volume de 100.000 emplois directs. En 2019, le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) a enregistré 380.000 arrivées et une croissance annuelle moyenne de 11,5% sur la période 2009-2019.

La pandémie Covid-19 a touché le tourisme à Madagascar comme partout dans le monde : les principaux marchés émetteurs de la destination (France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) ont été parmi les premiers à mettre en place des restrictions de déplacement et des mesures de confinement de leurs populations. Madagascar a fermé ses frontières aux vols commerciaux depuis le 19 mars jusqu'à présent sur Antananarivo, le principal aéroport du pays (89% du trafic international). Depuis octobre 2020, Nosy-Be accueille de nouveau des vols internationaux et environ 4.350 passagers ont pu débarquer en respectant les protocoles sanitaires définis par l'Aviation Civile de Madagascar (ACM) en coordination avec les autorités sanitaires. Une enquête menée auprès des entreprises¹ a établi que le tourisme est le secteur économique le plus affecté par la Covid-19 à Madagascar avec une baisse de la production et de la demande respectivement de 92% et 89%.

Le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) définit et met en œuvre la politique publique du tourisme. Les nouvelles orientations stratégiques visent à améliorer la résilience du secteur aux futurs chocs à travers notamment la diversification du marché (offre et demande), une digitalisation accrue de la gestion des activités touristiques et la gestion durable du tourisme.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale pour soutenir le développement économique de zones à fort potentiel de croissance par une dynamisation du Secteur Privé et l'appui à des secteurs porteurs dont le tourisme. Le Projet PIC2 intervient dans les Régions Diana, Atsimo Andrefana, Anosy et sur l'île Sainte Marie. Suite à la Covid-19, le Projet PIC2 a fait l'objet d'une restructuration pour appuyer le Gouvernement et le MTTM dans la mise en œuvre du Plan Multisectoriel d'Urgence (PMDU) sur les différentes activités prévues pour soutenir le secteur privé.

II. Nature et objet de la mission

Le MTTM, avec l'appui du Projet PIC2, recrute un ou des consultants formateurs individuels pour développer et dispenser un programme de formation spécifique sur la thématique "Gestion durable des entreprises touristiques dans un contexte post-covid 19" destiné aux opérateurs touristiques localisés dans les zones d'intervention du projet PIC2 et exceptionnellement dans la région Analamanga qui concentre 45% des opérateurs touristiques formels de Madagascar.

L'objectif de la mission est de fournir aux opérateurs touristiques de Madagascar la méthodologie et les outils qui leur permettront d'évaluer et d'améliorer leurs activités et leurs produits en matière de gestion

¹MEF/INSTAT, Impact De La Covid-19 Sur Les Activités Des Entreprises, août 2020

durable, et de concevoir des projets conformes aux critères de gestion durable et aux attentes du marché dans un contexte post-covid 19.

Ces projets peuvent être de nature diverse comme :

- la promotion de l'approvisionnement local,
- le développement des énergies renouvelables,
- la gestion des déchets,
- la limitation et/ou la compensation de l'empreinte carbone,
- la promotion du travail des femmes et des jeunes dans la gestion des ressources humaines,
- les projets bénéficiant aux communautés,
- la lutte contre le travail des enfants,
- etc.

Les participants au programme de formation seront les cadres dirigeants d'entreprises touristiques formelles comme les établissements d'hébergement, les Tour-Opérateurs réceptifs, les gestionnaires de sites ou d'attractions touristiques, les excursionnistes ou les prestataires spécialisés dans la limite de deux personnes par entreprise. Ils se seront préalablement inscrits sur un site web prévu à cet effet. Les CV des participants seront disponibles avant la formation.

Le programme de formation sera également ouvert à la participation de formateurs et consultants nationaux comme bénéficiaires dans la limite des capacités disponibles et selon des critères de sélection clairs.

III. Etendue des tâches

La mission se déroulera selon les trois principales étapes suivantes :

a) Définition d'un programme de formation

La formation est prévue se dérouler essentiellement en ligne sur une durée à établir alternant cours, travaux pratiques et études de cas. Des sessions en présentiel seront envisagées quand les restrictions de déplacement international seront levées.

Le consultant formateur définira un premier programme général d'une durée de 4 jours sur la gestion durable des activités et des produits touristiques au sens large. Des sessions spécifiques sur des typologies de projets de gestion durable seront par la suite proposées et organisées sur la base des besoins des opérateurs bénéficiaires.

Ce premier programme devrait permettre aux participants bénéficiaires d'évaluer la situation de leur entreprise ou de leurs produits en matière de gestion durable, d'identifier des améliorations ou des innovations à apporter et de rédiger un concept note de projet de gestion durable pour leur entreprise.

Le consultant formateur veillera à ce que le programme global soit adapté aux besoins des opérateurs touristiques dans un contexte post-covid 19, le plus interactif et pratique possible en vue d'une application immédiate par les entreprises bénéficiaires. Il adaptera le contenu du programme au fur et à mesure du déroulement des sessions pendant les 12 mois prévus.

b) Réalisation des programmes de formation

Au total, cinq (5) sessions de formation seront organisées tout au long de l'année 2021 au fur et à mesure des inscriptions enregistrées sur le site web mis en place à cet effet. Chaque session réunira un maximum de 20 opérateurs touristiques regroupés dans différentes salles réparties sur différents pôles, à savoir Diégo Suarez, Nosy Be, Antananarivo, Sainte Marie, Tuléar et Fort-Dauphin. Comme indiqué ci-dessus, les sessions sont prévues se dérouler essentiellement en ligne.

Il est prévu de mettre à disposition des participants les informations et les guides pratiques pour leur permettre de comprendre les termes techniques utilisés. Ils seront identifiés par le consultant formateur.

c) Evaluation des projets d'entreprises

Il est attendu que les participants bénéficiaires remettent à l'issue des sessions de formation un concept note de projet de gestion durable pour leur entreprise. Le consultant formateur établira les critères d'évaluation des projets présentés et procèdera à leur évaluation objective sur la base d'un système de notation.

La qualité du projet d'entreprise fera partie des critères de sélection des entreprises qui bénéficieront d'un appui individualisé du Projet PIC2 pour sa mise en œuvre.

Le consultant formateur sera éventuellement amené à accomplir d'autres tâches liées à la mise en œuvre des programmes de formation et au suivi des projets émanant des participants bénéficiaires, notamment l'évaluation d'autres projets présentés par des entreprises qui n'auront pas participé aux formations.

IV. Livrables attendus

Le consultant formateur fournira les livrables suivants correspondant à chaque étape :

- Livrable 1: programmes détaillés de formation avec les supports prévus (présentations, films, études, données, etc.) et le calendrier indicatif.
- Livrable 2: rapports de formation incluant les conclusions, leçons apprises et recommandations à l'issue de chaque session réalisée.
- Livrable 3: rapports d'évaluation des projets d'entreprises à l'issue de chaque formation.

D'autres livrables pourront être remis tout au long de la mission en fonction de l'évolution du programme.

V. Durée et organisation de la mission

La durée globale de la mission est estimée à 40 hommes/jours répartis sur une période de 12 mois pour le ou les consultants formateurs. La mission est prévue démarrer en mars 2021. Chaque consultant formateur sera rémunéré au temps passé sur la période indiquée

Les honoraires incluront tous les coûts inhérents au bon déroulement des formations notamment l'acquisition des programmes informatiques nécessaires. L'organisation logistique de la participation des bénéficiaires dans chaque zone (lieu, connexion Internet, fiche de présence, invitations, transports, etc.) sera supervisée par une entité partenaire du Projet PIC qui jouera le rôle de Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

Le consultant formateur établira une liste des informations dont il aura besoin pour établir les programmes de formation adaptés au contexte de la covid-19, à celui de Madagascar et aux besoins des opérateurs touristiques. Le MOD se chargera de donner les réponses nécessaires ainsi que tous documents utiles.

La liste et la biographie des participants aux programmes de formation seront transmis aux formateurs au plus tard une semaine avant le début de chaque session de formation.

Les interlocuteurs du consultant formateurs pour cette mission sera le Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

VI. Profils requis des consultants formateurs

- Diplôme niveau Master dans le domaine du tourisme, de l'hôtellerie, de la gestion durable ou tout autre domaine lié ;
- Expériences probantes d'au moins 5 ans en matière de projets de gestion durable et de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) dans le tourisme ;
- Expériences probantes d'au moins 2 ans en formation et renforcement de capacités d'entreprises ;
- La connaissance du contexte du tourisme de Madagascar est un atout, de même que la maîtrise du français.

TERMES DE REFERENCE POUR LA FORMATION EN MARKETING DIGITAL DES ENTREPRISES TOURISTIQUES

I. Contexte général

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires identifiés par le Gouvernement de Madagascar pour contribuer au développement économique et social du pays. Un objectif de 500.000 arrivées de touristes internationaux en 2023 a été fixé dans le but de générer USD 1,4 milliards de recettes touristiques annuelles et un volume de 100.000 emplois directs. En 2019, le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) a enregistré 380.000 arrivées et une croissance annuelle moyenne de 11,5% sur la période 2009-2019.

La pandémie Covid-19 a touché le tourisme à Madagascar comme partout dans le monde : les principaux marchés émetteurs de la destination (France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) ont été parmi les premiers à mettre en place des restrictions de déplacement et des mesures de confinement de leurs populations. Madagascar a fermé ses frontières aux vols commerciaux depuis le 19 mars jusqu'à présent sur Antananarivo, le principal aéroport du pays (89% du trafic international). Depuis octobre 2020, Nosy-Be accueille de nouveau des vols internationaux et environ 4.350 passagers ont pu débarquer en respectant les protocoles sanitaires définis par l'Aviation Civile de Madagascar (ACM) en coordination avec les autorités sanitaires. Une enquête menée auprès des entreprises¹ a établi que le tourisme est le secteur économique le plus affecté par la Covid-19 à Madagascar avec une baisse de la production et de la demande respectivement de 92% et 89%.

Le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) définit et met en œuvre la politique publique du tourisme. Les nouvelles orientations stratégiques visent à améliorer la résilience du secteur aux futurs chocs à travers notamment la diversification du marché (offre et demande), une digitalisation accrue de la gestion des activités touristiques et la gestion durable du tourisme.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale pour soutenir le développement économique de zones à fort potentiel de croissance par une dynamisation du Secteur Privé et l'appui à des secteurs porteurs dont le tourisme. Le Projet PIC2 intervient dans les Régions Diana, Atsimo Andrefana, Anosy et sur l'île Sainte Marie. Suite à la Covid-19, le Projet PIC2 a fait l'objet d'une restructuration pour appuyer le Gouvernement et le MTTM dans la mise en œuvre du Plan Multisectoriel d'Urgence (PMDU) sur les différentes activités prévues pour soutenir le secteur privé.

II. Nature et objet de la mission

Le MTTM, avec l'appui du Projet PIC2, recrute des consultants formateurs individuels pour développer et dispenser un programme de formation spécifique sur la thématique "Marketing digital des entreprises touristiques dans un contexte post-covid 19" destiné aux opérateurs touristiques localisés dans les zones d'intervention du projet PIC2 et exceptionnellement dans la région Analamanga qui concentre 45% des opérateurs touristiques formels de Madagascar.

L'objectif de la mission est de renforcer les capacités des opérateurs touristiques de Madagascar pour leur permettre d'améliorer ou de définir et ensuite de mettre en œuvre une stratégie marketing digitale

¹MEF/INSTAT, Impact De La Covid-19 Sur Les Activités Des Entreprises, août 2020

liée à leur stratégie marketing globale. La pandémie covid-19 a en effet accentué la tendance d'une digitalisation accrue des transactions dans le tourisme notamment en matière de marketing.

Les participants au programme de formation seront les cadres dirigeants d'entreprises touristiques formelles en contact direct avec les touristes et les Tour-Opérateurs émetteurs comme les établissements d'hébergement, les Tour-Opérateurs réceptifs, les gestionnaires de sites ou d'attractions touristiques et les prestataires touristiques spécialisés dans la limite de deux personnes par entreprise. Ils se seront préalablement inscrits sur un site web prévu à cet effet. Les CV des participants seront disponibles avant la formation.

Le programme de formation sera également ouvert à la participation de formateurs et consultants nationaux comme bénéficiaires dans la limite des capacités disponibles et selon des critères de sélection clairs.

III. Etendue des tâches

La mission se déroulera selon les trois principales étapes suivantes :

a) Définition d'un programme de formation

La formation est prévue se dérouler essentiellement en ligne sur une durée de 3 à 5 jours alternant cours, travaux pratiques et études de cas. Des sessions en présentiel seront envisagées quand les restrictions de déplacement international seront levées.

Le consultant formateur définira un programme adéquat sur les principes de gestion du marketing digital des entreprises touristiques incluant les thèmes suivants :

- Stratégie marketing digitale : qui, quoi, pourquoi, comment ?
- Site web : conception, SEO, SEA, contenu (texte, images, vidéos)
- Blogs & influenceurs, site de commentaires (Trip Advisor, etc.)
- Réseaux sociaux : conception, gestion, SMO
- Gestion des Online Travel Agents (OTA)

Des sessions spécifiques pourront être définies pour les différents métiers du tourisme selon les inscriptions reçues.

Le programme devrait permettre aux participants bénéficiaires d'évaluer leur stratégie marketing digitale existante, d'identifier des améliorations ou des innovations à apporter et de rédiger un concept note de projet de marketing digital pour leur entreprise.

Le consultant formateur veillera à ce que le programme soit adapté aux besoins des opérateurs touristiques dans un contexte post-covid 19, le plus interactif et pratique possible en vue d'une application immédiate par les entreprises bénéficiaires. Il adaptera le contenu du programme au fur et à mesure du déroulement des sessions pendant les 12 mois prévus.

b) Réalisation des programmes de formation

Au total, 15 sessions de formation sont prévues être organisées tout au long de l'année 2021 au fur et à mesure des inscriptions enregistrées sur le site web mis en place à cet effet. Chaque session réunira un maximum de 20 opérateurs touristiques regroupés dans une même salle et répartis sur les différents pôles, à savoir Diégo Suarez, Nosy Be, Antananarivo, Sainte Marie, Tuléar et Fort-Dauphin. Comme indiqué ci-dessus, les sessions sont prévues se dérouler essentiellement en ligne.

Il est prévu de mettre à disposition des participants des données et des informations sur le marketing digital du tourisme dans le monde. Ils seront identifiés par le consultant formateur.

c) Evaluation des projets d'entreprises

Il est attendu que les participants bénéficiaires remettent à l'issue des sessions de formation une stratégie et un plan d'action de marketing digital pour leur entreprise. Le consultant formateur établira les critères d'évaluation des projets présentés et procèdera à leur évaluation objective sur la base d'un système de notation.

La qualité du projet d'entreprise fera partie des critères de sélection des entreprises qui bénéficieront d'un appui individualisé du Projet PIC2 pour sa mise en œuvre.

Le consultant formateur sera éventuellement amené à accomplir d'autres tâches liées à la mise en œuvre des programmes de formation et au suivi des projets émanant des participants bénéficiaires, notamment l'évaluation d'autres projets présentés par des entreprises qui n'auront pas participé aux formations.

IV. Livrables attendus

Le consultant formateur fournira les livrables suivants correspondant à chaque étape :

- Livrable 1: programmes détaillés de formation avec les supports prévus (présentations, films, études, données, etc.) et le calendrier indicatif. Des sessions différentes peuvent être envisagées pour chaque métier : hébergement, Tour-Opérateurs réceptifs, agences de voyage, gestionnaires de sites, d'attractions ou d'activités touristiques et prestataires spécialisés
- Livrable 2: rapports de formation incluant les conclusions, leçons apprises et recommandations à l'issue de chaque session réalisée.
- Livrable 3: rapports d'évaluation des projets d'entreprises à l'issue de chaque formation.

D'autres livrables pourront être remis tout au long de la mission en fonction de l'évolution du programme.

V. Durée et organisation de la mission

La durée globale de la mission est estimée à 120 hommes/jours répartis sur une période de 12 mois pour l'ensemble des consultants formateurs. La mission est prévue démarrer en mars 2021. Chaque consultant formateur sera rémunéré au temps passé sur la période indiquée.

Les honoraires incluront tous les coûts inhérents au bon déroulement des formations notamment l'acquisition des programmes informatiques nécessaires. L'organisation logistique de la participation des bénéficiaires dans chaque zone (lieu, connexion Internet, fiche de présence, invitations, transports, etc.) sera supervisée par une entité partenaire du Projet PIC qui jouera le rôle de Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

Le consultant formateur établira une liste des informations dont il aura besoin sur le tourisme et le secteur des Nouvelles Technologies (NTIC) à Madagascar pour établir les programmes de formation adaptés au contexte de la covid-19, à celui de Madagascar et aux besoins des opérateurs touristiques. Le MOD se chargera de donner les réponses nécessaires ainsi que tous documents utiles.

La liste et la biographie des participants aux programmes de formation seront transmis aux formateurs au plus tard une semaine avant le début de chaque session de formation.

Les interlocuteurs du consultant formateurs pour cette mission sera le Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

VI. Profils requis des consultants formateurs

- Diplôme niveau Master dans le domaine du tourisme, du marketing, de l'e-commerce ou tout autre domaine lié ;
- Expérience d'au moins 8 années dans le marketing numérique du tourisme et de l'hôtellerie ;
- Parfaite connaissance des marchés européens et dans une moindre mesure des marchés asiatiques et africains ;
- Expériences probantes d'au moins 2 années en formation et renforcement de capacités d'entreprises ;
- La connaissance du contexte du tourisme de Madagascar est un atout, de même que la maîtrise du français.

TERMES DE REFERENCE POUR LA FORMATION EN PROMOTION BUSINESS TO BUSINESS SUR LES MARCHES EMETTEURS

I. Contexte général

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires identifiés par le Gouvernement de Madagascar pour contribuer au développement économique et social du pays. Un objectif de 500.000 arrivées de touristes internationaux en 2023 a été fixé dans le but de générer USD 1,4 milliards de recettes touristiques annuelles et un volume de 100.000 emplois directs. En 2019, le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) a enregistré 380.000 arrivées et une croissance annuelle moyenne de 11,5% sur la période 2009-2019.

La pandémie Covid-19 a touché le tourisme à Madagascar comme partout dans le monde : les principaux marchés émetteurs de la destination (France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) ont été parmi les premiers à mettre en place des restrictions de déplacement et des mesures de confinement de leurs populations. Madagascar a fermé ses frontières aux vols commerciaux depuis le 19 mars jusqu'à présent sur Antananarivo, le principal aéroport du pays (89% du trafic international). Depuis octobre 2020, Nosy-Be accueille de nouveau des vols internationaux et environ 4.350 passagers ont pu débarquer en respectant les protocoles sanitaires définis par l'Aviation Civile de Madagascar (ACM) en coordination avec les autorités sanitaires. Une enquête menée auprès des entreprises¹ a établi que le tourisme est le secteur économique le plus affecté par la Covid-19 à Madagascar avec une baisse de la production et de la demande respectivement de 92% et 89%.

Le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) définit et met en œuvre la politique publique du tourisme. Les nouvelles orientations stratégiques visent à améliorer la résilience du secteur aux futurs chocs à travers notamment la diversification du marché (offre et demande), une digitalisation accrue de la gestion des activités touristiques et la gestion durable du tourisme.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale pour soutenir le développement économique de zones à fort potentiel de croissance par une dynamisation du Secteur Privé et l'appui à des secteurs porteurs dont le tourisme. Le Projet PIC2 intervient dans les Régions Diana, Atsimo Andrefana, Anosy et sur l'île Sainte Marie. Suite à la Covid-19, le Projet PIC2 a fait l'objet d'une restructuration pour appuyer le Gouvernement et le MTTM dans la mise en œuvre du Plan Multisectoriel d'Urgence (PMDU) sur les différentes activités prévues pour soutenir le secteur privé.

II. Nature et objet de la mission

Le MTTM, avec l'appui du Projet PIC2, recrute un ou des consultants formateurs individuels pour développer et dispenser un programme de formation spécifique sur la thématique "Promotion Business to Business - B2B - sur les marchés émetteurs dans un contexte post-covid 19" destiné aux opérateurs touristiques localisés dans les zones d'intervention du projet PIC2 et exceptionnellement dans la région Analamanga qui concentre 45% des opérateurs touristiques formels de Madagascar.

¹MEF/INSTAT, Impact De La Covid-19 Sur Les Activités Des Entreprises, août 2020

L'objectif de la mission est de renforcer les capacités des opérateurs touristiques de Madagascar en matière de promotion B2B fondamental pour renouer les liens et rétablir la confiance des Tour-Opérateurs (TO) internationaux dont le rôle demeure essentiel dans un contexte post covid-19.

Les participants au programme de formation seront les cadres dirigeants d'entreprises touristiques formelles commercialisant directement leurs produits avec des TO émetteurs comme les établissements d'hébergement, les Tour-Opérateurs réceptifs et dans certains cas, des prestataires de services spécialisés, dans la limite de deux personnes par entreprise. Ils se seront préalablement inscrits sur un site web prévu à cet effet. Les CV des participants seront disponibles avant la formation.

Le programme de formation sera également ouvert à la participation de formateurs et consultants nationaux comme bénéficiaires dans la limite des capacités disponibles et selon des critères de sélection clairs.

III. Etendue des tâches

La mission se déroulera selon les trois principales étapes suivantes :

a) Définition d'un programme de formation

La formation est prévue se dérouler essentiellement en ligne sur une durée de trois (3) jours alternant cours, travaux pratiques et études de cas. Des sessions en présentiel seront envisagées quand les restrictions de déplacement international seront levées.

Le consultant formateur proposera un programme de formation adéquat sur la promotion B2B et couvrira les sujets suivants pour donner aux participants les outils nécessaires :

- Activités de promotion B2B dans la stratégie marketing globale,
- Identification des TO cibles,
- Participation aux salons professionnels,
- Organisation d'éductours & voyages de presse,
- Mise en place d'un système de Suivi & Evaluation

Il proposera par ailleurs une étude de cas spécifique sur la promotion B2B sur un marché émetteur européen traditionnel et un marché plus innovant pour Madagascar.

Le programme devrait permettre aux participants bénéficiaires de définir une Stratégie et un Plan d'Action de promotion B2B clairs sur une période de 3 ans.

Le consultant formateur veillera à ce que le programme soit adapté aux besoins des opérateurs touristiques dans un contexte post-covid 19, le plus interactif et pratique possible en vue d'une application immédiate par les entreprises bénéficiaires. Il adaptera le contenu du programme au fur et à mesure du déroulement des sessions pendant les 12 mois prévus.

b) Réalisation des programmes de formation

Huit (8) sessions de formation seront organisées tout au long de l'année 2021 au fur et à mesure des inscriptions enregistrées sur le site web mis en place à cet effet. Chaque session de formation réunira un

maximum de 20 opérateurs touristiques regroupés dans différentes salles réparties sur les différents pôles, à savoir Diégo Suarez, Nosy Be, Antananarivo, Sainte Marie, Tuléar et Fort-Dauphin. Comme indiqué ci-dessus, les sessions sont prévues se dérouler essentiellement en ligne.

Il est prévu de mettre à disposition des participants les données et informations nécessaires pour le bon déroulement du programme. Ils seront identifiés par le consultant formateur.

c) Evaluation des projets d'entreprises

Il est attendu que les participants bénéficiaires développent à l'issue des sessions de formation une stratégie et un plan de promotion B2B de leur entreprise. Le consultant formateur établira les critères d'évaluation des projets présentés et procédera à leur évaluation objective sur la base d'un système de notation.

La qualité du projet d'entreprise fera partie des critères de sélection des entreprises qui bénéficieront d'un appui individualisé du Projet PIC2 pour sa mise en œuvre.

Le consultant formateur sera éventuellement amené à accomplir d'autres tâches liées à la mise en œuvre des programmes de formation et au suivi des projets émanant des participants bénéficiaires, notamment l'évaluation d'autres projets présentés par des entreprises qui n'auront pas participé aux formations.

IV. Livrables attendus

Le consultant formateur fournira les livrables suivants correspondant à chaque étape :

- Livrable 1: programmes détaillés de formation avec les supports prévus (présentations, films, études, données, etc.) et le calendrier indicatif. Des programmes différents peuvent être envisagés pour les établissements d'hébergement et les TO réceptifs.
- Livrable 2: rapports de formation incluant les conclusions, leçons apprises et recommandations à l'issue de chaque session réalisée.
- Livrable 3: rapports d'évaluation des projets d'entreprises à l'issue de chaque formation.

D'autres livrables pourront être remis tout au long de la mission en fonction de l'évolution du programme.

V. Durée et organisation de la mission

La durée globale de la mission est estimée à 60 hommes/jours répartis sur une période de 12 mois. La mission est prévue démarrer en mars 2021. Chaque consultant formateur sera rémunéré au temps passé sur la période indiquée.

Les honoraires incluront tous les coûts inhérents au bon déroulement des formations notamment l'acquisition des programmes informatiques nécessaires. L'organisation logistique de la participation des bénéficiaires dans chaque zone (lieu, connexion Internet, fiche de présence, invitations, transports, etc.) sera supervisée par une entité partenaire du Projet PIC qui jouera le rôle de Maître d'ouvrage délégué (MOD).

Le consultant formateur établira une liste des informations dont il aura besoin pour établir les programmes de formation adaptés au contexte de la covid-19, à celui de Madagascar et aux besoins des opérateurs touristiques. Le MOD se chargera de donner les réponses nécessaires ainsi que tous documents utiles.

La liste et la biographie des participants aux programmes de formation seront transmis aux formateurs au plus tard une semaine avant le début de chaque session de formation.

Les interlocuteurs du consultant formateurs pour cette mission sera le Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

VI. Profils requis des consultants formateurs

- Diplôme niveau Master dans le domaine du tourisme, du marketing ou tout autre domaine lié ;
- Expériences probantes d'au moins 6 années en promotion B2B des entreprises du tourisme ;
- Parfaite connaissance des marchés émetteurs européens et dans une moindre mesure des marchés asiatiques et africains ;
- Expériences probantes d'au moins 3 années en formation et renforcement de capacités d'entreprises ;
- La connaissance du contexte du tourisme de Madagascar est un atout, de même que la maîtrise du français.

TERMES DE REFERENCE SUR LA FORMATION EN REPOSITIONNEMENT ET STRATEGIE MARKETINGDES ENTREPRISES DU SECTEUR PRIVE

I. Contexte général

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires identifiés par le Gouvernement de Madagascar pour contribuer au développement économique et social du pays. Un objectif de 500.000 arrivées de touristes internationaux en 2023 a été fixé dans le but de générer USD 1,4 milliards de recettes touristiques annuelles et un volume de 100.000 emplois directs. En 2019, le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) a enregistré 380.000 arrivées et une croissance annuelle moyenne de 11,5% sur la période 2009-2019.

La pandémie Covid-19 a touché le tourisme à Madagascar comme partout dans le monde : les principaux marchés émetteurs de la destination (France, Italie, Allemagne, Royaume-Uni) ont été parmi les premiers à mettre en place des restrictions de déplacement et des mesures de confinement de leurs populations. Madagascar a fermé ses frontières aux vols commerciaux depuis le 19 mars jusqu'à présent sur Antananarivo, le principal aéroport du pays (89% du trafic international). Depuis octobre 2020, Nosy-Be accueille de nouveau des vols internationaux et environ 4.350 passagers ont débarqué en respectant les protocoles sanitaires définis par l'Aviation Civile de Madagascar (ACM) en coordination avec les autorités sanitaires. Une enquête menée auprès des entreprises¹ a établi que le tourisme est le secteur économique le plus affecté par la Covid-19 à Madagascar avec une baisse de la production et de la demande respectivement de 92% et 89%.

Le Ministère des Transports, du Tourisme et de la Météorologie (MTTM) définit et met en œuvre la politique publique du tourisme. Les nouvelles orientations stratégiques visent à améliorer la résilience du secteur aux futurs chocs à travers notamment la diversification du marché (offre et demande), une digitalisation accrue de la gestion des activités touristiques et la gestion durable du tourisme.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale pour soutenir le développement économique de zones à fort potentiel de croissance par une dynamisation du Secteur Privé et l'appui à des secteurs porteurs dont le tourisme. Le Projet PIC2 intervient dans les Régions Diana, Atsimo-Andrefana, Anosy et sur l'île Sainte Marie. Suite à la Covid-19, le Projet PIC2 a fait l'objet d'une restructuration pour appuyer le Gouvernement et le MTTM dans la mise en œuvre du Plan Multisectoriel d'Urgence (PMDU) sur les différentes activités prévues pour soutenir le secteur privé.

II. Nature et objet de la mission

Le MTTM, avec l'appui du Projet PIC2, recrute un ou des consultants formateurs individuels pour développer et dispenser un programme de formation spécifique sur la thématique "Repositionnement et stratégie marketing dans un contexte post-covid 19" destiné aux opérateurs touristiques localisés dans les zones d'intervention du projet PIC2 et exceptionnellement dans la région Analamanga qui concentre 45% des opérateurs touristiques formels de Madagascar.

¹MEF/INSTAT, Impact De La Covid-19 Sur Les Activités Des Entreprises, août 2020

L'objectif de la mission est de renforcer les capacités des opérateurs touristiques de Madagascar en vue de la reprise de leurs activités sur un marché domestique et international en mutation après le choc de la covid-19 nécessitant une révision de leur positionnement et stratégie marketing.

Les participants au programme de formation seront les cadres dirigeants d'entreprises touristiques formelles comme les établissements d'hébergement, les agences de voyages et les Tour-Opérateurs réceptifs dans la limite de deux personnes par entreprise. Ils se seront préalablement inscrits sur un site web prévu à cet effet. Les CV des participants seront disponibles avant la formation.

Le programme de formation sera également ouvert à la participation de formateurs et consultants nationaux comme bénéficiaires dans la limite des capacités disponibles et selon des critères de sélection clairs.

III. Etendue des tâches

La mission se déroulera selon les trois principales étapes suivantes :

a) Définition d'un programme de formation

La formation est prévue se dérouler essentiellement en ligne sur une durée de trois (3) jours alternant cours, travaux pratiques, travaux de groupe et études de cas. Des sessions en présentiel seront envisagées quand les restrictions de déplacement international seront levées.

Le consultant formateur définira un programme adéquat sur la thématique prévue et pourra éventuellement proposer des sessions spécifiques / différentes pour chaque métier du tourisme.

Le programme devrait permettre aux participants bénéficiaires de mener dans les normes un travail de market intelligence, une analyse de la concurrence, une analyse de positionnement et de définir une stratégie et un plan marketing.

Le consultant formateur veillera à ce que le programme soit adapté aux besoins des opérateurs touristiques dans un contexte post-covid 19, le plus interactif et pratique possible en vue d'une application immédiate par les entreprises bénéficiaires. Il adaptera le contenu du programme au fur et à mesure du déroulement des sessions pendant les 12 mois prévus.

b) Réalisation des programmes de formation

Dix (10) sessions de formation seront organisées tout au long de l'année 2021 au fur et à mesure des inscriptions enregistrées sur le site web mis en place à cet effet. Chaque session réunira un maximum de 20 opérateurs touristiques regroupés dans différentes salles réparties sur les différents pôles, à savoir Diégo Suarez, Nosy Be, Antananarivo, Sainte Marie, Tuléar et Fort-Dauphin.

Comme indiqué ci-dessus, les sessions sont prévues se dérouler essentiellement en ligne.

Il est prévu de mettre à disposition des participants les données et études de marchés nécessaires pour le bon déroulement du programme. Ils seront identifiés par le consultant formateur.

c) Evaluation des projets d'entreprises

Il est attendu que les participants bénéficiaires développent à l'issue des sessions de formation une stratégie et un plan marketing de leur entreprise. Le consultant formateur établira les critères d'évaluation des projets présentés et procèdera à leur évaluation objective sur la base d'un système de notation.

La qualité du projet d'entreprise fera partie des critères de sélection des entreprises qui bénéficieront d'un appui individualisé du Projet PIC2 pour sa mise en œuvre.

Le consultant formateur sera éventuellement amené à accomplir d'autres tâches liées à la mise en œuvre des programmes de formation et au suivi des projets émanant des participants bénéficiaires, notamment l'évaluation d'autres projets présentés par des entreprises qui n'auront pas participé aux formations.

IV. Livrables attendus

Le consultant formateur fournira les livrables suivants correspondant à chaque étape :

- Livrable 1: programmes détaillés de formation avec les supports prévus (présentations, films, études, données, etc.) et le calendrier indicatif. Des programmes différents peuvent être envisagés pour les établissements d'hébergement, les établissements de restauration, les agences de voyages et les réceptifs.
- Livrable 2: rapports de formation incluant les conclusions, leçons apprises et recommandations à l'issue de chaque session réalisée.
- Livrable 3: rapports d'évaluation des projets d'entreprises à l'issue de chaque formation.

D'autres livrables pourront être remis tout au long de la mission en fonction de l'évolution du programme.

V. Durée et organisation de la mission

La durée globale de la mission est estimée à 60 hommes/jours répartis sur une période de 12 mois pour le ou les consultants formateurs. La mission est prévue démarrer en mars 2021. Chaque consultant formateur sera rémunéré au temps passé sur la période indiquée.

Les honoraires incluront tous les coûts inhérents au bon déroulement des formations notamment l'acquisition des programmes informatiques nécessaires. L'organisation logistique de la participation des bénéficiaires dans chaque zone (lieu, connexion Internet, fiche de présence, invitations, transports, etc.) sera supervisée par une entité partenaire du Projet PIC qui jouera le rôle de Maître d'ouvrage délégué (MOD).

Le consultant formateur établira une liste des informations dont il aura besoin pour établir les programmes de formation adaptés au contexte de la covid-19, à celui de Madagascar et aux besoins des opérateurs touristiques. Le MOD se chargera de donner les réponses nécessaires ainsi que tous documents utiles.

La liste et la biographie des participants aux programmes de formation seront transmis aux formateurs au plus tard une semaine avant le début de chaque session de formation.

Les interlocuteurs du consultant formateurs pour cette mission sera le Maitre d'ouvrage délégué (MOD).

VI. Profil requis des consultants formateurs

- Diplôme niveau Master dans le domaine du tourisme, du marketing ou tout autre domaine lié ;
- Expériences d'au moins 6 années en marketing des entreprises du tourisme ;
- Parfaite connaissance des marchés émetteurs européens et dans une moindre mesure des marchés asiatiques et africains ;
- Expériences probantes d'au moins 3 années en formation et renforcement de capacités d'entreprises
- La connaissance du contexte du tourisme de Madagascar est un atout, de même que la maîtrise du français.