

TERMES DE REFERENCE POUR LE RECRUTEMENT D'UN ASSISTANT TECHNIQUE
CHARGE DE COMMUNICATION ET MEDIA (H/F)
DE LA CONFEDERATION DU TOURISME DE MADAGASCAR (CTM)

1. CONTEXTE

Frappé par la crise mondiale suscitée par la COVID, le secteur du Tourisme à Madagascar a enregistré un lourd bilan. Entre mars 2020 et novembre 2021 soit pendant 18 mois, le pays a fermé ses frontières et l'industrie du voyage a cumulé un manque à gagner d'environ 800 Millions d'euros. Le contexte de crise sanitaire et le manque de visibilité de reprise économique ont conduit à l'arrêt de 45% des activités et une mise au chômage sans précédent.

La Confédération du Tourisme de Madagascar (CTM), créée en 2017, regroupe les acteurs privés du tourisme dans une structure représentative au niveau national et défend les intérêts du secteur. Elle se veut être une force de proposition envers les pouvoirs publics (dialogue public-privé) et une plateforme de concertation entre les acteurs privés (dialogue privé-privé). Elle a comme principales missions le renforcement de la compétitivité de la destination Madagascar et la promotion d'un climat des affaires favorable au développement des activités touristiques.

En tant qu'association à but non lucratif, les ressources financières de la CTM sont constituées principalement par les droits d'adhésion et les cotisations des membres (au nombre de 87 en 2021, dont 9 groupements soit 600). La Direction Exécutive est l'organe opérationnel permanent de la CTM et exerce ses fonctions sous l'autorité et le contrôle du Conseil d'Administration (CA). Elle est dirigée par un Directeur Exécutif (DE). **L'efficacité de la communication interne, externe et médiatique, est un paramètre crucial dans la performance et dans la perception de la CTM.**

Le Projet Pôles intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une des initiatives du Gouvernement de Madagascar financée par la Banque Mondiale. Il a pour objectif de soutenir le développement économique de zones et corridors à fort potentiel de croissance par la dynamisation des secteurs de l'agribusiness et du tourisme. La promotion des dialogues privés-privés et publics-privés du secteur tourisme font partie des activités du Projet A ce titre, le Projet PIC2 contribue dans l'appui à la mise en œuvre du plan stratégique de la CTM.

C'est dans ce cadre que la CTM, avec l'appui du Projet PIC, recrute un Assistant Technique spécialiste en Communication et média (ci-après dénommé CCOM).

2. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

La mission du CCOM aura pour objectifs de (i) contribuer au rayonnement de la CTM et (ii) veiller au bon niveau d'information des membres et partenaires de la CTM. A ce titre, les résultats attendus sont :

- Les membres de la CTM sont alimentés en informations pertinentes de façon régulière et appropriée, et adhèrent aux actions menées par la CTM
- Les relations avec les diverses institutions et partenaires sont bien entretenues grâce à un flux continu et pertinent de partage d'information et d'avancement des activités
- L'opinion publique et les autres secteurs connaissent la CTM et comprennent sa mission, ses actions et le monde du tourisme en général.

3. MISSION ET ATTRIBUTIONS

Sous la supervision directe du Directeur Exécutif de la CTM, le CCOM aura pour principale mission de gérer et veiller à l'efficacité de :

- **La communication interne**, intra-CTM, auprès du Conseil d'Administration et auprès des membres, contribuant ainsi à une vie associative active et dynamique
- **La communication externe**, notamment auprès des institutions et partenaires qu'ils soient publics ou privés
- **La communication media**, online et offline, que ce soit d'un point de vue institutionnel pour la CTM ou promotionnel dans le cadre d'un évènement.

A ce titre, les activités qui seront menées par le CCOM comprendront principalement :

Stratégie de communication : élaborer, budgétiser et proposer au DE et PCA une stratégie de communication annuelle et/ou de crise le cas échéant, assurer sa mise en œuvre et le suivi/ évaluation des actions menées ; conseiller et appuyer le DE et/ou PCA sur les prises de paroles en public (choix des media, rédaction de discours, etc.)

Supports institutionnels : assurer la conception, rédaction, production ou reproduction, des divers supports utilisés par la CTM et dans le respect de la charte graphique et des exigences de qualité (PLV, cartes de visite, templates de présentations, vidéos CTM, etc.) ; maintenir une banque d'images

Réseaux sociaux et site web : gérer les diverses pages de la CTM en les alimentant de façon structurée (stratégie sociale media, analyse des retombées) ; veiller au bon fonctionnement et à la mise à jour du site internet de la CTM

Media & Presse : gérer les relations et l'interface avec les journalistes radio, TV, online ; rédiger les articles destinés aux media, préparer les communiqués de presse s'il y a lieu et assurer l'organisation des points/ conférences de presse ; assurer une veille media concernant le secteur du tourisme et voyage et constituer/ diffuser les revues de presse

Events & logistique : appuyer le DE dans l'organisation des événements de la CTM, y compris dans la gestion des invitations et le suivi des inscriptions, les supports de présentation et de communication, le relais avec la presse et la couverture media le cas échéant

Productions écrites : contribuer aux contenus et mises en pages des divers rapports, présentations, préparés par la Direction Exécutive et/ou le Bureau du CA, notamment lors de la préparation des AG et réunions du CA ; concevoir/préparer et diffuser les campagnes email, fils d'infos et/ou newsletters Et de même pour tous autres supports de communication (audio, vidéo, etc.)

4. LIVRABLES

Le CCOM aura pour obligation de remettre :

- Des rapports mensuels d'activités
- Un (01) rapport semestriel relatant les faits saillants, les problèmes rencontrés, les résultats obtenus et les perspectives
- Un rapport final de mandat retraçant et capitalisant les principaux résultats obtenus et les recommandations

5. ORGANISATION ET DUREE DE LA MISSION

Le Chargé de Communication et Media travaille sous la supervision du Directeur Exécutif de la CTM et du Président du Conseil d'Administration. Le poste est basé à Antananarivo dans les locaux de la CTM.

La durée du contrat est de douze (12) mois et pourra faire l'objet d'une extension après évaluation satisfaisante des performances. Toutefois, le contrat inclura une période d'essai de trois (3) mois au terme de laquelle une évaluation sera menée. La mission est prévue démarrer début Mars 2022.

6. Profil requis

Le(la) candidat(e) doit répondre au profil de qualifications suivantes :

- Diplôme universitaire de niveau Bac+4 en communication/ marketing, relations publiques, journalisme, ou autres domaines pertinents pour la mission,
- Expérience professionnelle avérées d'au moins 02 ans dans un poste similaire,
- Excellente capacité de communication et de présentation en français, à l'écrit et à l'oral,
- Pratique de l'anglais souhaitée
- Maîtrise exigée des outils informatiques et numériques modernes : Suite Office (Word, Excel), au moins 1 logiciel de présentation (Powerpoint, SlideDog, Google Slides, Keynote, etc.), au moins 1 logiciel d'emailing (ActiveTrail, MailChimp, eTarget, etc.), connaissances souhaitées en PAO
- Réseau personnel auprès des prestataires (agences, imprimeurs, boîtes de production, etc.) et auprès de la presse locale y compris en ligne
- Innovant, créatif (notions en design souhaitées)
- Rigoureux dans les exigences qualité,
- Expérience dans le secteur du tourisme est un atout.