

FORMATION EN MARKETING DIGITAL
POUR LES SITES ET DESTINATIONS TOURISTIQUES REGIONALES
DES ZONES D'INTERVENTION DU PROJET POLES INTEGRES DE CROISSANCE ET CORRIDORS (PIC2)
Termes de référence

1. CONTEXTE GENERAL

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires identifiés par le Gouvernement de Madagascar pour contribuer au développement économique et social du pays. L'industrie touristique fera à cet effet l'objet d'une attention particulière dans la Politique Générale de l'Etat (PGE) compte tenu de son potentiel de croissance rapide, de ses capacités de création d'emplois, et de ses impacts bénéfiques en matière de rentrées de devises tant au niveau du pays qu'au niveau des localités.

Dans le cadre de la relance post-COVID-19, le Ministère du Tourisme (MINTOUR) a défini dans sa Feuille de Route 2022 les sept (7) axes stratégiques suivants : (i) la stimulation de l'investissement, (ii) la promotion de la destination, (iii) le renforcement de capacités des acteurs, (iv) l'amélioration de la bonne gouvernance, (v) la transformation digitale, (vi) le développement des partenariats et mobilisation des ressources, et (vii) le développement du secteur tourisme par une approche gouvernementale intégrée.

L'Axe stratégique 2 « promotion de la destination » de la Feuille de Route 2022 du MINTOUR vise à mettre en évidence les acteurs du tourisme et la diversité des activités dans le but de faire connaître les attraits touristiques de chaque destination régionale à Madagascar. Cette nouvelle orientation stratégique consiste, d'une part, à améliorer la résilience du secteur aux futurs chocs à travers notamment la diversification du marché (offre et demande), et d'autre part, à accroître la digitalisation de la gestion des activités touristiques et de la promotion de la destination. La Feuille de Route du tourisme prévoit en effet de renforcer la capacité des acteurs touristiques œuvrant dans la promotion des destinations touristiques régionales en marketing digital.

Le Projet Pôles Intégrés de Croissance et Corridors (PIC2) est une initiative du Gouvernement de Madagascar, financée par la Banque mondiale, pour appuyer la mise en œuvre de la Politique Générale de l'Etat. Le Projet PIC2 vise principalement à soutenir le développement économique de zones et corridors à fort potentiel de croissance, par une dynamisation du Secteur Privé et l'appui aux secteurs porteurs dont l'agribusiness et le tourisme. Les zones d'intervention du PIC2 comprennent les Régions DIANA, Atsimo Andrefana, Anosy et l'île de Ste Marie.

Le Projet PIC2 appuie le MINTOUR dans la relance post-COVID-19 du tourisme et dans la mise en œuvre des activités inscrites dans sa Feuille de Route dont la promotion de la destination Madagascar - à travers l'appui institutionnel et technique de l'Office National du Tourisme de Madagascar (ONTM) -, la promotion des destinations régionales – à travers les appuis institutionnels et techniques auprès des Offices Régionaux de Tourisme (ORT) dans les zones d'intervention du Projet (ORT Diégo Suarez, ORT Nosy Be, ORT Tuléar, ORT Anosy et l'Office de Tourisme de Sainte Marie), et les appuis institutionnels et techniques aux entités gestionnaires des sites à fort potentiel touristique tels que la Montagne des français et Tsingy Rouge (Diégo Suarez), Mont Passot (Nosy Be), Jardin de la mer et Nosy Ve (Tuléar), et Produit Ile aux Forbans (Sainte Marie).

Dans ce contexte, le Projet PIC2 envisage d'organiser un programme de formation en marketing digital pour les entités œuvrant dans la promotion des destinations régionales et les gestionnaires des sites touristiques de ses zones d'intervention, et de recruter en conséquence un(e) Consultant(e) individuel(le) formateur/ formatrice en marketing digital.

2. OBJECTIFS DE LA MISSION

La présente mission contribue à la relance de la destination touristique Madagascar et vise en particulier à accroître la digitalisation de la gestion des activités touristiques et de la promotion de la destination Madagascar et des destinations régionales, plus particulièrement en matière de marketing digital dans les destinations régionales des zones d'interventions du Projet PIC2.

Le programme de formation permettra aux participants de (i) acquérir les bases de connaissances et la maîtrise de technique d'exploitation relatives à la conception et le développement d'une stratégie marketing digital orienté au tourisme, et (ii) améliorer les supports relatifs au marketing digital de chaque entité concernée.

Les entités bénéficiaires de cette mission comprennent :

- Les offices Régionaux de tourisme de Diégo, Nosy Be, Tuléar, Anosy et l'office de tourisme de Sainte Marie
- Les gestionnaires des sites touristiques appuyés par le Projet PIC2: Montagne des français et Tsingy Rouge (Diégo Suarez), Mont Passot (Nosy Be), Jardin de la mer et Nosy Ve (Tuléar) et Produits Ile aux Forbans (Sainte Marie).

Les participants à ce programme de formation comprennent :

- Les membres des directions exécutives des Offices Régionaux de Tourisme : directeurs exécutifs, responsables communications...
- Les membres des directions exécutives des entités gestionnaires des sites touristiques : directeurs exécutifs, responsables communications/ marketing, ...

Les entités bénéficiaires fourniront au Projet PIC une liste de participants spécifiques proposés de chaque entité, pour validation par le Projet.

3. ETENDUE ET DEROULEMENT DE LA MISSION

Sans être exhaustif, la mission consistera essentiellement à :

- Faire un état des lieux en matière de marketing digital des entités concernées : disponibilité et qualité de documents de référence (plan marketing, ...), personne-ressources, supports disponibles, équipements et matériels, ...
- Définir un programme de formation adéquat - en fonction de l'état des lieux réalisé - sur les principes de gestion du marketing digital incluant notamment les thèmes suivants : stratégie marketing digital (objectif, contenu, ...), le site web (contenus, SEO, SEA, ...), les réseaux sociaux (conception, gestion, SMO, ...), ...
- Renforcer les compétences des bénéficiaires-participants suivant les résultats de l'état des lieux et le programme et thématique ainsi établis incluant de formations groupées en ligne et de mission d'accompagnement en présentiel dans les zones concernées.
- Accompagner chaque entité concernée dans l'application des compétences : élaboration/amélioration de la stratégie et plan d'actions marketing digital, élaboration/ mise à jour de supports de marketing digital (site web, réseaux sociaux, ...)

Les détails de la méthodologie et pédagogiques de la mission sont laissés à l'initiative du Consultant et seront discutées lors de l'entretien de recrutement et/ou lors de la négociation du Contrat.

Une démarche participative est nécessaire afin d'assurer une appropriation totale du programme de formations et d'accompagnements.

4. DUREE ET ORGANISATION DE LA MISSION

La durée globale de la mission est estimée à 80 hommes/jours répartis sur une période de 6 mois.

La mission est prévue démarrer au mois de septembre 2022.

D'autres personnes-ressources (web master, rédacteurs de contenus, ...) travailleront en collaboration avec le Consultant formateur lors de l'accompagnement et application auprès de chaque entité bénéficiaire.

L'interlocuteur du Consultant pour cette mission sera le Responsable Tourisme du Projet PIC.

5. LIVRABLES ATTENDUS

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

Contenus		Echéance estimative après la signature du contrat
Livrable 1	Méthodologie détaillée et calendrier prévisionnel de la mission	5 jours
Livrable 2	Etat de lieux en matière de marketing digital de chaque entité bénéficiaire incluant les besoins en appuis des entités concernées, les modules de chaque thème de formation pour chaque entité, et calendrier de mise en œuvre des sessions	25 jours
Livrable 3	Rapport sur le déroulement de la formation (théorique), incluant le résumé de l'organisation, la liste des participants, analyses et orientation, et le programme d'accompagnements et d'applications	60 jours
Livrable 4	Rapport des travaux d'accompagnement et d'applications, incluant le résumé de l'organisation, la liste des participants, les documents de référence établis, ...	120 jours
Livrable 5	Rapport final de la mission, incluant le résumé général sur la mission, les points forts et les points à améliorer, les résultats de l'évaluation des bénéficiaires (*), et les orientations/recommandations	150 jours

(*) Remettre de formulaire d'évaluation aux bénéficiaires afin d'avoir leur feedback sur la qualité de la formation (le contenu et le déroulement) et l'accompagnement.

6. PROFILS REQUIS DU CONSULTANT FORMATEUR

- Diplôme niveau Master dans le domaine du tourisme, du marketing, de l'e-commerce ou tout autre domaine lié,
- Expérience d'au moins 5 années dans le marketing digital
- Expériences probantes d'au moins 2 années en formation et renforcement de compétence en marketing digital dans le secteur touristique
- Bonne connaissance du contexte du tourisme dans les zones de la mission