

Termes de référence

ASSISTANCE TECHNIQUE RECHERCHE DE PARTENARIAT ET APPUI AUX RELATIONS PUBLIQUES

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

Le tourisme fait partie des secteurs prioritaires pour le Gouvernement de Madagascar au Plan Emergence Madagascar (PEM) et à la Politique Générale de l'Etat (PGE). Le Gouvernement s'est fixé comme objectif d'atteindre 500.000 arrivées de touristes internationaux et USD 1,5 milliards de recettes touristiques en 2023 à travers une diversification du marché et de l'offre touristique, la promotion et facilitation des investissements en infrastructures d'hébergement et de transport, l'amélioration de la connectivité aérienne, l'étalement de la saisonnalité et le développement du tourisme national.

Le développement du secteur tourisme à Madagascar reste limité du fait de diverses contraintes. Celles-ci comprennent, entre autres, l'instabilité politique, les crises sanitaires ou sécuritaires, l'insuffisance et la qualité des infrastructures d'accueil et, de transport, les faiblesses des services publics comme privés, ou encore un climat des affaires peu favorable. L'insuffisance de dialogue entre les acteurs concernés par le secteur du tourisme, qu'ils soient publics ou privés, figurerait également comme contrainte. Ceci résultant dans la difficulté d'harmoniser la vision et de prioriser les objectifs du secteur, et partant une faible coordination des actions.

La Confédération du Tourisme de Madagascar ou CTM a été créée en 2017, et regroupe des acteurs privés du tourisme dans une structure représentative au niveau national. 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), et 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.

La CTM compte actuellement cinquante-quatre adhérents. Etant une Association à but non lucrative, les ressources financières de la CTM sont constituées principalement par les droits d'adhésion et les cotisations des membres. Les ressources financières actuelles sont insuffisantes pour assurer les missions et la pérennisation des activités de la Confédération.

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.

Dans ce cadre, le Projet PIC2 recrute un(e) Assistant(e) technique pour soutenir la CTM dans son objectif de pérennisation financière ainsi que dans la recherche de partenaires financiers et la préparation des dossiers correspondants.

2. OBJECTIF GENERAL

L'objectif général de la mission du Consultant est de contribuer de manière durable à l'autonomisation financière de la CTM, à travers :

- Un appui à l'augmentation du nombre des adhérents
- L'identification et le déclenchement de projets avec des partenaires financiers potentiels, et
- Une assistance pour une gestion optimale des ressources financières

3. ETENDUE DE LA MISSION

La CTM dispose d'un Conseil d'Administration dont les membres représentent et supervisent huit (8) collèges de métiers incluant les compagnies aériennes, les Tour Operators, les Agences de voyage, les établissements d'hébergements, les Transporteurs, les Guides touristiques, les Prestataires touristiques spécialisés, et les Gestionnaires de ports et d'aéroports.

La gestion opérationnelle est assurée par une Direction Exécutive composée d'un directeur exécutif (DE), d'un assistant en communication et d'un assistant administratif.

Pour renforcer cette équipe restreinte et plus particulièrement le DE, la mission et les tâches du Consultant incluent, sans que la liste suivante soit exhaustive :

Appui à l'augmentation du nombre des adhérents

- En appui au DE, identifier et prospecter de nouveaux adhérents potentiels et les convaincre de rejoindre la Confédération.
- Pour ce faire et au préalable, élaborer un plan d'action structuré, incluant entre autres : une catégorisation et priorisation des cibles à prospecter (selon les régions, les types d'opérateurs, leur envergure, leur intérêt potentiel pour les activités de la CTM), une méthodologie d'approche efficace de ces cibles, un planning de mise en œuvre, les budgets nécessaires...
- Superviser l'élaboration des supports marketing ou de communication nécessaires, en collaboration avec l'assistant en communication : site web, média et réseaux sociaux, lettres et brochures, présentation de la CTM, etc....
- Contribuer aux activités de relations publiques de la Confédération, notamment en impliquant et en tirant profit des réseaux et des compétences des membres actuels.

Identification et déclenchement de partenariats

- Faire une identification et une priorisation des partenaires potentiels susceptibles de soutenir les activités de la CTM ne disposant pas de sources de financement. Ceci peut inclure des bailleurs de fonds classiques, des organismes publics ou parapublics, des fondations ou associations, voire des entreprises privées, aussi bien au niveau national qu'international.
- S'informer sur le mode de collaboration, les procédures de financement de chaque partenaire priorisé, les contacts pertinents, les démarches à mettre en œuvre et les procédures à suivre. Investiguer les stratégies et facteurs de succès d'entités comparables à la CTM pour trouver des financements et proposer une stratégie d'approche.

- En étroite collaboration avec le DE et le PCA, approcher les partenaires et élaborer les éventuels dossiers de demande de financement ou de partenariat à leur présenter. Assurer le suivi continu de ces dossiers et maintenir les relations avec les partenaires potentiels quelle que soit l'issue des premières démarches.
- Collaborer étroitement et efficacement avec toutes autorités publiques pertinentes dans cette recherche et le déclenchement de partenariats.

Assistance à une gestion financière optimale

- Analyser la situation financière de la CTM ainsi les budgets qui ont été estimés pour la réalisation des activités prioritaires ou spécifiques. Challenger et réviser ces budgets si besoin en proposant des solutions plus économiques.
- Proposer au DE et au PCA des options d'optimisation du plan de financement tout en restant conformes aux objectifs du plan stratégique de la CTM. Analyser également le montant des cotisations et proposer des amendements et améliorations si pertinents.
- Proposer et mettre en œuvre des approches innovantes de levée de fonds pouvant générer des ressources complémentaires pour la CTM (sponsoring, échanges de services, etc..).

4. RESULTATS ATTENDUS

Sont attendus de l'intervention du Consultant, même s'il n'en est pas l'unique responsable, les résultats suivants :

- Résultat 1 : Le nombre de membres de la CTM augmente d'au moins 20 adhérents au bout de 6 mois, puis d'au minimum cinq par mois durant la période d'intervention du Consultant ;
- Résultat 2 : Au moins (3) partenariats ont été déclenchés qui permettent de financer une partie des activités du PTA ;
- Résultat 3 : La CTM dispose de supports marketing et d'outils de levée de fonds appropriés et l'équipe de la Direction Exécutive maîtrise parfaitement l'utilisation et la mise à jour de ces supports et outils.

5. LIVRABLES

Durant l'intervention, le Consultant fournira les livrables suivants :

1 mois après le démarrage de la mission :

- Une base de données qualifiée et priorisée d'adhérents potentiels à prospecter laquelle sera mise à jour régulièrement tout au long de la mission.
- Un plan méthodologique d'approche et de prospection avec budget correspondant.
- Des supports de communication et de présentation pertinents.

- Une première liste qualifiée d'organismes partenaires à approcher avec une proposition d'approche et d'activités à leur proposer. Cette liste sera alimentée régulièrement au cours de la mission.

3 mois après le démarrage de la mission :

- Un rapport résumant les résultats des discussions et des négociations avec les partenaires qui auront été approchés.
- Des premiers dossiers de demande de financement ou de partenariat à soumettre (ou soumis) à chaque partenaire ayant manifesté un intérêt à appuyer la CTM.
- Une première proposition de mécanismes additionnels et innovants de levée de fonds permettant de compléter les ressources de la CTM.

Tout au long de la mission :

- Des rapports mensuels incluant un résumé des activités menées, des faits et résultats saillants, des problématiques rencontrées et des solutions proposées.

En fin de mission :

- Un rapport de fin de mandat retraçant et capitalisant les résultats obtenus et les recommandations pour la suite de la mise en œuvre.

6. ORGANISATION ET DUREE DE LA PRESTATION

La durée du contrat est de douze (12) mois et pourra faire l'objet d'une extension après évaluation satisfaisante des performances. Une première évaluation sera menée au bout de 6 mois d'intervention.

La mission démarrerait courant Mars 2020.

Le Consultant rendra compte au Directeur Exécutif de la CTM ainsi qu'à la Coordination du projet PIC2 et leur adressera les rapports relatifs à la mission.

Le poste est basé à Antananarivo avec des déplacements éventuels en province. Les frais de missions (hébergement, transport, ...) seront pris en charge par la CTM, sauf cas exceptionnels accordés par le Projet PIC2.

7. PROFIL RECHERCHE

- Diplôme en gestion, finances, marketing ou domaine pertinent
- Expériences professionnelles d'au moins 5 ans dans le domaine du marketing et/ou du développement institutionnel
- Solides expériences des relations publiques et commerciales avec des cadres et professionnels de haut niveau du secteur privé
- Bonne maîtrise du secteur tourisme à Madagascar et/ou en Afrique
- Connaissance ou relations avec des organismes finançant le secteur du tourisme serait un atout majeur

- Un solide réseau relationnel dans le secteur du tourisme serait un avantage clef
- Excellente capacité d'écoute et de dialogue
- Grand communicateur et force de persuasion
- Excellente capacité orale et de rédaction en français ; L'anglais serait un atout.