

Termes de référence

Gestion des relations avec les médias, engagement des parties prenantes et services de conseil aux médias

Mai 2022

1.0 Introduction

La Société pour l'Habitat et le Logement en Afrique, Shelter-Afrique (SHAF), est une institution financière panafricaine créée pour soutenir de manière unique le développement de logements abordables et le développement urbain durable en Afrique.

La Société pour l'Habitat a été créée spécifiquement pour mobiliser des ressources financières et techniques afin de répondre à la pénurie aiguë de logements qui prévaut dans la plupart des pays africains. Shelter-Afrique s'est traditionnellement concentrée sur les prêts aux promoteurs privés situés dans les pays membres, seul un petit pourcentage de ses prêts allant aux gouvernements et aux institutions gouvernementales avec des garanties implicites. La banque, dont le siège est à Nairobi, au Kenya, compte parmi ses actionnaires 44 gouvernements africains et deux institutions financières internationales, la Société Africaine de Réassurance, la Banque Africaine de Développement (BAD) et le Fonds de Solidarité Africaine (FSA).

En tant qu'institution financière de développement (IFD), la SHAF souscrit des dettes, des fonds propres, des financements commerciaux en quasi-fonds propres, des lignes de crédit et des produits de conseil aux fournisseurs de logements dans 44 États membres, qui, à leur tour, soutiennent la fourniture efficace de logements abordables et d'infrastructures connexes.

2.0 L'engagement

Au cours des quatre dernières années, SHAF a adopté une approche plus agressive en matière de communication et de marketing, ce qui a impliqué un changement de logo et de site web de la société, l'engagement de consultants en études de marché, la recherche de moyens nouveaux et créatifs pour distribuer le contenu et de meilleures relations avec la presse.

Cette stratégie a été adoptée en partie pour faire face à un engagement médiatique plus large et au repositionnement de la marque.

3.0 Services requis

Les répondants devront fournir une preuve démontrable de certains ou de tous les services suivants

I. Renseignements sur les médias

Le cabinet retenu devra (a) suivre la couverture médiatique de Shelter-Afrique et adapter la stratégie de communication en conséquence (c'est-à-dire amplifier la couverture positive/équilibrée ; (b) apporter des corrections immédiates à la couverture médiatique inexacte ou trompeuse. (c) surveiller les médias traditionnels et les médias sociaux pour suivre le volume, le ton, le sentiment et le contenu de la couverture médiatique et des conversations en ligne.

II. Exposition aux médias

La société retenue devra également (a) *exploiter le réseau dans les différentes maisons de médias au Kenya et en Afrique pour s'assurer que les événements, les communiqués de presse et les réunions de Shelter-Afrique sont **couverts de manière positive, objective et régulière.*** (b) *La société devra également s'efforcer d'atténuer l'effet des articles perçus comme négatifs.*

(c) *La société retenue devra organiser une réunion mensuelle de planification avec Shelter Afrique pour convenir des activités à couvrir et du message qui devrait dominer le reportage et convenir du plan mensuel de gestion des médias.*

III. Positionnement et messages de communication ; relations stratégiques avec les médias

On s'attend à ce que la société retenue (a) *engage des contacts de confiance avec les médias pour les aider à comprendre la direction stratégique de Shelter Afrique à l'avenir.* (b) *Organiser et préparer l'équipe de direction pour des briefings éditoriaux avec divers médias, maisons au Kenya et à travers l'Afrique lorsqu'ils sont sur ces marchés.* (c) *Cibler les entretiens individuels avec les médias.* (d) *Rédiger et distribuer des supports tels que des déclarations d'exploitation et des communiqués de presse.* (e) *Développer des messages clés et une banque de questions-réponses pour garantir des réponses rapides et cohérentes, le cas échéant.* (f) *Fournir des conseils sur le ton et le format de l'engagement médiatique.*

IV. Soutien aux événements

On attend également de l'entreprise retenue qu'elle (a) *rédige et distribue des communiqués de presse.* (b) *Faire pression pour le placement de légendes profondes.* (c) *Partager des séquences vidéo avec les bureaux de rédaction avec des séquences montées mettant en valeur Shelter-Afrique et sa gestion de manière positive.*

V. Engagement éditorial

On attend du candidat retenu qu'il (a) *facilite ou organise des interviews régulières avec les journalistes et les responsables de Shelter-Afrique et s'assure que les communiqués de presse sont bien repris dans les journaux.* (b) *identifier les domaines qui ont besoin d'être couverts ou proposer des idées qui aideront à développer l'image de Shelter-Afrique.*

VI. Amplification des médias sociaux

La firme retenue devra également (a) *déployer les médias sociaux pour amplifier les messages que Shelter-Afrique veut communiquer.* (b) *gérer les poignées de médias sociaux de Shelter Afrique pour réaliser et maintenir une communication publique constante et un*

renforcement des messages de Shelter-Afrique. (c) engager un réseau de blogueurs réputés pour s'assurer que l'agenda de Shelter-Afrique est bien saisi par le public chaque fois que cela est jugé nécessaire.

4.0 Critères d'évaluation

4.1. Critères techniques

Les critères suivants seront utilisés pour l'évaluation des réponses

Capacité démontrée à fournir les services requis pour la gestion des médias, l'engagement éditorial et tous les autres services requis.	35%
Expérience nécessaire et pertinente démontrable [veuillez fournir des exemples de responsabilités et de tâches similaires].	45%
Méthode/approche de la gestion des médias et profil des membres de l'équipe	20%
	100%

5.2 Tarification

Le prix proposé pour cet exercice doit être fixe, inclure la TVA [le cas échéant] et être indiqué en shilling kenyan s'il s'agit d'une société basée au Kenya et en \$ EU si elle n'est pas basée au Kenya.

Un tableau détaillé du coût comprenant une explication des services inclus et exclus doit être fourni.

La sélection sera basée sur 60% de critères techniques et 40% de critères financiers.

Chaque offre se verra attribuer une note technique. Une proposition sera rejetée à ce stade si elle ne répond pas à des aspects importants des termes de référence ou si elle n'atteint pas la note technique minimale de 75%.

L'entreprise soumissionnaire, la mieux qualifiée selon le score technique, sera invitée à poursuivre les discussions.

La formule pour déterminer les scores finaux (SF) est la suivante :

$Sf = 100 \times Fm / F$, où Sf est la note financière, Fm est le prix le plus bas et F le prix de la proposition considérée. Note finale = $0,3 Sf + 0,7 St$, St étant la note technique.

5.0 Soumission

Les propositions doivent être soumises avant le **25 Mai 2022**, minuit EAT, par courrier électronique à l'adresse suivante

Courriel : procurement@shelterafrique.org