



Centre d'Information, de Formation et d'Etudes sur le Budget

TERMES DE REFERENCE POUR :

**Le recrutement d'une agence de
communication pour un appui à la
visibilité de la 12e journée CIFOEB sur la
bonne gouvernance économique et
financière**

I. Contexte et justification

Le Burkina Faso s'est engagé dans un processus d'amélioration de la gestion des finances publiques depuis 2001 à travers l'adoption et la mise en œuvre du Plan de renforcement de la gestion budgétaire (PRBG) qui a permis d'amorcer des réformes majeures au niveau des finances publiques. La mise en œuvre de la Stratégie de renforcement des finances publiques (SRFP) et de la Politique sectorielle de l'économie et des finances (POSEF) ont permis de progresser sur le domaine de la transparence budgétaire, notamment en termes d'animation de cadres de dialogue et de participation collective des acteurs de gestion des finances publiques.

Ces mesures s'inscrivent dans un but d'assurer la transparence budgétaire, de se conformer aussi bien aux exigences internationales qu'à celles sous régionales notamment la directive n°01/2009/CM/UEMOA du 27 mars 2009 portant code de transparence dans la gestion des finances au sein de l'Union économique et monétaire ouest africaine (UEMOA). Cette directive a été internalisée au Burkina Faso par la loi n°008-2013/AN du 23 avril 2013 portant code de transparence dans la gestion des finances publiques qui fait obligation au Gouvernement de mettre à la disposition des citoyens les informations budgétaires. En effet, cette loi stipule en son article 2 que : *« Les citoyens, à la fois contribuables et usagers des services publics, doivent être clairement, régulièrement et complètement informés de tout ce qui concerne la gouvernance et la gestion des fonds publics ; ils doivent être mis en capacité d'exercer, dans le débat public, leur droit de regard sur les finances de toutes les administrations publiques ».*

Cependant, à la lecture des dernières évaluations sur la gestion des ressources publiques des organismes internationaux (IBP et PEFA), la transparence budgétaire et l'accès du public aux informations budgétaires n'est toujours pas assurée, et la participation citoyenne au processus budgétaire est limitée.

En effet, l'évaluation PEFA (Public Expenditure and Financial Accountability) montre que dans l'ensemble, la performance du système de Gestion des Finances Publiques (GFP) du Burkina Faso en 2017 est encore insuffisante pour assurer la réalisation des trois objectifs budgétaires visés que sont la discipline budgétaire, l'allocation stratégique des ressources et la fourniture efficace et efficiente de services publics. Au total, dix-sept (17) indicateurs sur vingt-huit (28) se sont détériorés. Seul un (01) indicateur s'est amélioré entre 2013 et 2017. Sept (07) indicateurs sont restés stables.

Également, International Budget Partnership (IBP) dans ses évaluations de 2017 et 2019 indique qu'en termes de participation du public au processus budgétaire, le Burkina Faso a obtenu la note de 00/100. Ce qui implique que les possibilités d'implication des citoyens aux processus budgétaires sont nulles dans notre pays.

Ce faible niveau de transparence et de participation des citoyens à la gestion des ressources publiques conduit à des services publics de mauvaise qualité. L'allocation budgétaire est double ou triple pour l'État lorsque la qualité du service public est remise en cause (cas des routes, des barrages, des écoles mal construits et mal réceptionnés) occasionnant ainsi des pertes sèches et énormes pour le budget de l'État.

Une gouvernance efficace ou performante (« bonne gouvernance ») est le fruit d'un ensemble d'institutions, de mécanismes et de processus au travers desquels les citoyens et les groupes peuvent formuler leurs intérêts et leurs besoins, communiquer sur leurs différences et exercer leurs droits et obligations. Cela implique une participation effective des citoyens, un flux d'informations transparent et des mécanismes de rendu des comptes fonctionnels.

La performance de l'État passe sans contredit par l'amélioration de son offre de service. À l'heure où le numérique fait partie intégrante de nos habitudes et nos modes de vie et où il transforme nos relations en société, il est essentiel que l'administration publique saisisse les possibilités du numérique afin de faciliter ses interactions avec la population.

Le numérique offre aussi l'occasion à l'État d'accroître son efficacité et son agilité par l'utilisation et le partage sécuritaires et innovants des données, en soutien à la prise de décision et au bénéfice de l'amélioration des services publics.

C'est à ce titre que le CIFOEB a décidé de tenir sa 12^{ème} journée sur la bonne gouvernance économique et financière sous le thème « **LES SOLUTIONS NUMERIQUES ET AMELIORATION DE LA TRANSPARENCE DANS LA GESTION PUBLIQUE** ».

En rappel, les journées CIFOEB sur la bonne gouvernance économique et financière sont des occasions de communication autour des actions du centre sur le terrain et d'opportunités pour échanger sur les problématiques du moment des finances publiques.

Dans le cadre de la mise en œuvre de cette activité, le CIFOEB a décidé de s'attacher les services d'une agence de communication en vue de l'aider à développer des actions de visibilité de l'activité.

II. Objectifs

L'objectif global de la prestation de communication est d'une part, d'assurer une large visibilité de la journée avant, pendant et après l'évènement, et d'autre part, de mobiliser un large public autour du thème à débattre.

De façon spécifique, il s'agira de :

- Concevoir, réaliser et diffuser un spot télé suivant un planning de diffusion validé par le CIFOEB ;
- Assurer le suivi de la diffusion du spot télé ;
- Concevoir, réaliser et diffuser une bande annonce radio suivant un planning de diffusion validé par le CIFOEB ;
- Assurer le suivi de la diffusion de bande annonce radio ;
- Concevoir et produire des banderoles ;
- Concevoir et produire des gadgets (insignes, tee-shirt) ;
- Concevoir et produire des badges, des plaquettes d'information ;
- Planifier le passage au JT du soir du CIFOEB et mettre le journaliste en contact avec le Centre ;
- Organiser la couverture médiatique de l'ouverture et de la clôture en étroite collaboration avec CIFOEB ;
- Assurer la capture d'images de la journée (photos et vidéos) ;
- Produire un album photo de la journée ;
- Produire un film synthèse de capitalisation de la journée (5 mn) ;
- Constituer et transmettre les archives (fichiers des spots publicitaires, bande annonce radio, banderoles, plaquettes, photos, vidéos ...) de la journée.

III. Méthodologie

Dans l'optique d'atteindre les objectifs fixés dans le cadre de la présente mission, il sera recruté une agence de communication qui sera appuyée par le CIFOEB durant le processus. Ces deux acteurs devront travailler en tandem pour l'atteinte des résultats assignés.

Les livrables devront être soumis à l'approbation du CIFOEB avant toute diffusion.

IV. Profil de l'agence

L'agence de communication devrait être spécialisée et expérimentée dans l'organisation d'événementiels. Il doit avoir au minimum 5 ans d'expériences dans l'organisation d'événementiels et avoir réalisé au moins deux actions de visibilité d'événements au profit d'institutions en 2019. Il doit disposer d'un infographe et d'un monteur ayant chacun trois (03) ans d'expérience professionnelle dans le montage de spot publicitaire et la conception/la production d'outils de communication. Il doit également disposer d'un chef de mission ayant :

- Un diplôme universitaire en communication d'entreprise, ou tout autre diplôme équivalent ;
- Avoir une bonne capacité de communication et de rédaction en français ;
- Une maîtrise du rôle et des missions des OSC sera un atout ;
- Disposer d'une bonne capacité de travail en équipe et de travail sous pression ;
- Disposer d'un infographe et d'un monteur ayant chacun trois (03) ans d'expérience professionnelle dans le montage de spot publicitaire et la conception/la production d'outils de communication ;
- Avoir une bonne capacité de traitement d'images et de son.

V. Conditions de sélection de l'offre

Les critères de sélection sont les suivant :

Eléments de l'offre	Résultats attendus	Nombre de point
Compréhension des TDR	Bonne description de la mission, commentaires et observations pertinentes sur les TDR	15/100
Méthodologie, organisation du travail, Chronogramme	Description des différentes étapes de la mission, répartition des rôles, méthode de de conduite de la mission	30/100
Expérience de l'agence	Organisation d'événementiels	30/100

Profil de l'équipe de l'agence	Qualification requise (CV)	25/100
--------------------------------	----------------------------	--------

VI- Soumission de l'offre

Le consultant intéressé par cette manifestation d'intérêt doit fournir une offre technique qui comprendra :

- Une lettre de soumission adressée au Directeur exécutif du CIFOEB ;
- Une note de compréhension des termes de référence et de présentation de la méthodologie utilisée ;
- Les références, expériences et compétences techniques de l'agence ;
- Le CV détaillé du chef de mission et les copies d'attestation de bonne fin d'exécution de l'agence dans le cadre d'autres prestations similaires.

Le dossier de candidature doit être mis dans une enveloppe avec la mention : « **Offre pour le recrutement d'une agence de communication pour un appui à la visibilité de la 12^e journée CIFOEB sur la bonne gouvernance économique et financière** » adressé au Directeur exécutif du CIFOEB au plus tard le **vendredi 20 novembre à 14H00 TU**.

VII- Les livrables

- Un album photo de la journée ;
- Un film synthèse de capitalisation de la journée (5 mn) ;
- Les archives (fichiers des spots publicitaires, bande annonce radio, banderoles, plaquettes, photos, vidéos ...) de la journée.

VIII- Durée et budget

Pour une durée de trois semaines, le budget prévu pour cette activité est estimé à **5 785 000 francs CFA**.

La chargée de communication



Rose Arlette KY

Le Directeur Exécutif



Centre d'Information de Formation
Directeur Exécutif
Youssouf OUATTARA