



FONDATION POUR  
LES AIRES PROTÉGÉES  
ET LA BIODIVERSITÉ  
DE MADAGASCAR

## DEMANDE DE PROPOSITIONS OUVERTE

**DPO N° 002/2651/DCP/2026 : « Recrutement d'une agence de communication »**

13/01/2026

Objet : Lettre d'invitation

Madame, Monsieur,

Afin d'accroître la visibilité du projet BRIDGE et de la FAPBM auprès du secteur privé, la FAPBM envisage de faire appel à une agence de communication spécialisée. Toute agence de communication intéressée pour cette mission est invitée à soumettre sa proposition conformément aux termes de référence en annexe.

Les propositions sont à déposer dans les locaux de la FAPBM sis au LOT III Q 22 Andoharano Tsimbazaza, au plus tard le **16 Février 2026 avant 10 heures**, en mettant sur l'enveloppe **extérieure** « **DPO N°002/2651/DCP/2026 – Recrutement d'une agence de communication** ».

Le délai de validité des propositions doit être de quatre-vingt-dix (90) jours à partir de la date de clôture de la demande de propositions.

Les propositions reçues seront évaluées selon la méthode de **Sélection Fondée sur la Qualité et le Coût (SFQC)**.

Des éclaircissements sur le présent appel d'offres peuvent être obtenus sur demande à envoyer, au plus tard six (06) jours avant la date limite de soumission, à [marche.fabpm@fapbm.org](mailto:marche.fabpm@fapbm.org), avec en copie obligatoire, [vrajaofera@fapbm.org](mailto:vrajaofera@fapbm.org) et [lrakotoarisoa@fapbm.org](mailto:lrakotoarisoa@fapbm.org) et ayant pour objet du courriel « **Demande de compléments d'informations : DPO N°002/2651/DCP/2026 – Recrutement d'une agence de communication** »

Vous remerciant de votre collaboration, nous vous prions d'agréer, Madame, Monsieur, l'expression de notre considération distinguée.



## INSTRUCTIONS AUX SOUMISSIONNAIRES

| N° | Instructions   |
|----|--|
| 1  | Il n'y aura pas d'autres documents autres que celui-ci.  |
| 2  | La proposition doit rester valable pendant <b><i>Quatre-vingt-dix (90) jours</i></b> après la date de clôture de la demande de propositions ouverte.   |
| 3  | Des éclaircissements peuvent être demandés au plus tard <b>six (06) jours</b> avant la date limite fixée pour la soumission des propositions, à l'adresse suivante <a href="mailto:marche.fapbm@fapbm.org">marche.fapbm@fapbm.org</a> , avec copie obligatoire à <a href="mailto:vrajaofera@fapbm.org">vrajaofera@fapbm.org</a> et <a href="mailto:lrakotoarisoa@fapbm.org">lrakotoarisoa@fapbm.org</a> , et ayant pour objet du courriel « <b>DPO N°002/2651/DCP/2026 – Recrutement d'une agence de communication</b> »   |
| 4  | <p>Les propositions doivent être soumises dans la langue Française, <b>en version physique et en version sur clé USB (pdf exploitable)</b>. La présentation doit être selon le format défini dans la présente demande de propositions comme suit :</p> <p>* <b>une enveloppe extérieure hermétiquement fermée et anonyme</b> avec mention de l'intitulé de la demande de propositions « <b>DPO N°002/2651/DCP - Recrutement d'une agence de communication</b> ». A n'ouvrir qu'en séance de dépouillement ». A n'ouvrir qu'en séance de dépouillement » et contenant :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Une première enveloppe intérieure</b> portant la mention « <b>Proposition technique</b> » regroupant la proposition technique ainsi que l'ensemble des documents administratifs et techniques du soumissionnaire. Aucun aspect financier ne doit y figurer</li> <li>• <b>Une seconde enveloppe intérieure</b> portant la mention « <b>Proposition Financière</b> » hermétiquement fermée incluant la lettre de soumission</li> </ul> <p><b>NB : La soumission des offres par voie électronique n'est pas recevable.</b></p> |
| 5  | La proposition financière doit être établie en Ariary avec précision des montants HT – TVA et TTC si TVA applicable  |
| 6  | <p>La méthode retenue pour la sélection de l'Agence est la méthode de <b>Sélection Fondée sur la Qualité et le Coût (SFQC)</b>. Les critères d'évaluation des offres sont ceux précisés dans les termes de référence joints en annexe.</p> <p>Le présent document n'engage en aucune manière la FAPBM à faire une quelconque adjudication. En effet, la Fondation pourrait annuler l'appel d'offres pour des raisons qui lui sont propres et n'est pas tenue de justifier son choix.</p>   |
| 7  | La proposition retenue peut être sujette à négociation. Les négociations se feront par mail ou dans les locaux de la Fondation.  |
| 8  | Le Prestataire est soumis à la réglementation fiscale à Madagascar.  |
| 9  | Aucune garantie de soumission ou d'exécution n'est exigée.   |
| 10 | La modalité de paiement de la FAPBM est par virement bancaire dans les 30 jours calendaires au plus tard réception de la facture correspondante de toutes les pièces justificatives valides.   |

## PROPOSITION TECHNIQUE

1. Lettre de soumission [**Suivant matrice modèle 1**]
2. Présentation de l'Agence [**Sans matrice**]
3. **Dossiers administratifs** : Carte statistique, carte fiscale valide, RIB [**Sans matrice**]
4. Expériences antérieures de l'agence pour des travaux similaires et/ou pertinents réalisés [**Suivant matrice modèle 2**] avec portfolio des extraits de travaux similaires (liens et/ou fichiers), références clients avec coordonnées
5. Note de compréhension du mandat et des enjeux du projet, sous format PPT [**Sans matrice**], incluant :
  - les éventuelles observations et/ou suggestions du prestataire sur les termes de référence
  - une proposition d'axe créatif ou de positionnement digital ainsi que les canaux et types de contenus envisagés
6. Descriptif de la méthodologie et proposition stratégique préliminaire ainsi que la proposition d'axe créatif ou de positionnement digital, les canaux et types de contenus envisagés en cinq pages au maximum sous format PPT [**Sans matrice**]
7. Composition de l'équipe et responsabilités des membres [**Suivant matrice modèle 3**] avec Curriculum vitae (CV) pour le personnel clé proposé [**Suivant matrice modèle 4**]
8. Calendrier des activités (programme de travail) [**Sans matrice**]
9. Lettre d'engagement signée [**Suivant matrice modèle 5 – annexe 3**]

**MODELE 1 : LETTRE DE SOUMISSION TECHNIQUE**

[Lieu, date]

À : [Nom et adresse du Client]

Suite à votre demande de propositions ouverte n° [référence de la demande] en date du [Date], nous, soussignés, avons l'honneur de soumettre notre proposition technique pour (Description de la prestation).

Nous déclarons par la présente que toutes les informations et déclarations contenues dans la présente Proposition sont authentiques et nous acceptons que toute déclaration erronée y apparaissant puisse entraîner notre exclusion.

Si les négociations ont lieu pendant la période de validité de la Proposition, nous nous engageons à négocier sur la base du personnel proposé dans la présente proposition. Notre Proposition a pour nous force obligatoire, sous réserve des modifications résultant des négociations.

Si notre Proposition est retenue, nous nous engageons à commencer la prestation dès réception de l'ordre de service correspondant.

Veuillez agréer, Madame, Monsieur, l'assurance de notre considération distinguée.

Signature du représentant habilité : \_\_\_\_\_  
Nom et titre du signataire : \_\_\_\_\_  
Contact téléphonique : \_\_\_\_\_  
Adresse mail : \_\_\_\_\_

**MODELE 2- EXPERIENCES ANTERIEURES**

| N° | Nom du client | Brève description du mandat | Période de réalisation | Résultat / Livrable avec lien ou fichiers | Valeur du marché | Personne contact (nom, fonction, téléphone/email) |
|----|---------------|-----------------------------|------------------------|---|------------------|---|
| 1  |               |                             |                        |   |                  |   |
| 2  |               |                             |                        |   |                  |   |
| 3  |               |                             |                        |   |                  |   |
| 4  |               |                             |                        |   |                  |   |
| 5  |               |                             |                        |   |                  |   |

***NB : A joindre les contrats et/ou certificats de bonne fin (au moins au nombre de 3 clients pour les marchés similaires listés)  
La FAPBM se réserve le droit de contacter la liste fournie pour feedback en cas de besoin***

Nom de l'Agence : \_\_\_\_\_  
 Nom du représentant habilité : \_\_\_\_\_  
 Contact téléphonique : \_\_\_\_\_  
 Adresse mail : \_\_\_\_\_  
 Signature et cachet : \_\_\_\_\_

### **MODELE 3 : Composition de l'équipe et responsabilités de ses membres (personnel clé)**

### Nom du Prestataire

## Contact téléphonique

Adresse mail

## Signature et cachet

**Modèle 4**  
**MODELE DE CURRICULUM VITAE (CV) DU PERSONNEL CLE PROPOSE**

**1. Poste** [un seul candidat par poste] \_\_\_\_\_

**2. Nom du consultant** [indiquer le nom de la société proposant le personnel] \_\_\_\_\_

**3. Nom de l'employé** [nom complet] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**4. Date de naissance** \_\_\_\_\_ **Nationalité** \_\_\_\_\_

**5. Education** [Indiquer les études universitaires et autres études spécialisées de l'employé ainsi que les noms des institutions fréquentées, les diplômes obtenus et les dates auxquelles ils l'ont été] \_\_\_\_\_

**6. Autres formations** [Indiquer toute autre formation reçue, Année, Organisation, Formation, Certificats obtenus] \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

**7. Langues** : [Indiquer pour chacune le degré de connaissance : Bon, Moyen, Excellent pour ce qui est de la langue parlée, lue et écrite]  
\_\_\_\_\_

**8. Expérience professionnelle** : [En commençant par son poste actuel, donner la liste par ordre chronologique inverse de tous les emplois exercés par l'employé depuis la fin de ses études. Pour chaque emploi (voir le formulaire ci-dessous), donner les dates, le nom de l'employeur et le poste occupé.]

Depuis : [année] \_\_\_\_\_ jusqu'à [année] \_\_\_\_\_  
Employeur : \_\_\_\_\_  
Poste : \_\_\_\_\_

## **9. Expérience de l'employé pour des prestations similaires**

| <b>10. Informations sur la prestation</b> | <b>11. Détails des tâches exécutées par l'employé</b> |
|---|---|
| Nom du projet ou de la mission :          |   |
| Année :                                   |   |
| Lieu :                                    |   |
| Montant :                                 |   |
| Principales caractéristiques du projet :  |   |
| Poste :                                   |   |
| Activités :                               |   |

## **12. Attestation :**

Je, soussigné, certifie, en toute conscience, que les renseignements ci-dessus rendent fidèlement compte de ma situation, de mes qualifications et de mon expérience.

Date :

Nom, Prénoms et Signature  
de l'employé et du représentant habilité  
du cabinet ou du groupe de consultants

Nom, Prénoms et Signature  
du représentant habilité

## PROPOSITION FINANCIERE

FIN-1. Lettre de soumission de la Proposition financière

FIN-2. État récapitulatif des coûts

FIN-3. Ventilation des coûts et de dépenses remboursables par livrable

## **Formulaire FIN-1**

### **LETTRE DE SOUMISSION DE LA PROPOSITION FINANCIERE**

[Lieu, date]

À : [Nom et adresse du Client]

Madame/Monsieur,

Pour le recrutement d'une agence pour la production de films documentaires sur le paysage des Forêts de Baobabs de l'Ouest de Madagascar, nous vous soumettons ci-joint notre Proposition financière s'élevant à [montant en lettres et en chiffres]<sup>1</sup>.

Notre Proposition financière a pour nous force obligatoire, sous réserve des modifications résultant de la négociation du Contrat, jusqu'à l'expiration du délai de validité de notre Proposition.

Nous certifions qu'aucune commission ou prime n'a été versée, ni ne sera versée par nous à des agents, en rapport avec la présente Proposition et l'exécution du Contrat et avons connaissance que vous n'êtes pas tenu d'accepter aucune des propositions reçues.

Veuillez agréer, Madame/Monsieur, l'assurance de notre considération distinguée.

Signature du représentant habilité : \_\_\_\_\_  
Nom et titre du signataire : \_\_\_\_\_  
Nom de l'Agence : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_

---

<sup>1</sup> Les montants doivent correspondre aux montants indiqués dans le Coût total de la Proposition financière du formulaire FIN-2.

## Formulaire FIN-2

### ÉTAT RECAPITULATIF DES COUTS

| N°       | Poste   | Montant<br>(en Ariary) |
|----------|---|------------------------|
| 1        | Frais d'agence  |                        |
| 2        | Coûts accessoires   |                        |
| <b>3</b> | <b><i>Coût total hors taxe de la proposition financière</i></b> |                        |
| 4        | Montant TVA 20% <sup>1</sup>                                    |                        |
| <b>5</b> | <b>Montant total TTC</b>  |                        |

Signature du représentant habilité : \_\_\_\_\_  
Nom et titre du signataire : \_\_\_\_\_  
Nom de l'Agence : \_\_\_\_\_  
Adresse : \_\_\_\_\_

---

<sup>1</sup> Si assujetti à la TVA

**FORMULAIRE FIN-3**

**VENTILATION DES COUTS ET DES DEPENSES REMBOURSABLES**

**Livrable 1**

| N°       | Poste                        | Montant<br>(en Ariary) |
|----------|------------------------------|------------------------|
| 1        | Frais d'agence               |                        |
| 2        | Coûts accessoires            |                        |
| <b>3</b> | <b>Coût total hors taxe</b>  |                        |
| 4        | Montant TVA 20% <sup>2</sup> |                        |
| <b>5</b> | <b>Montant total TTC</b>     |                        |

| N° | Description <sup>1</sup>             | Unité  | Qté | Coût unitaire | Total |
|----|--------------------------------------|--------|-----|---------------|-------|
|    | Per diem                             | Jour   |     |               |       |
|    | Frais de déplacement                 | Voyage |     |               |       |
|    | Frais de communication               | fft    |     |               |       |
|    | Impression, reproduction de rapports | Nb     |     |               |       |
|    |                                      |        |     | <b>Total</b>  |       |

...

**Livrable n**

| N°       | Poste                        | Montant<br>(en Ariary) |
|----------|------------------------------|------------------------|
| 1        | Frais d'agence               |                        |
| 2        | Coûts accessoires            |                        |
| <b>3</b> | <b>Coût total hors taxe</b>  |                        |
| 4        | Montant TVA 20% <sup>3</sup> |                        |
| <b>5</b> | <b>Montant total TTC</b>     |                        |

| N° | Description <sup>1</sup>             | Unité  | Qté | Coût unitaire | Total |
|----|--------------------------------------|--------|-----|---------------|-------|
|    | Per diem                             | Jour   |     |               |       |
|    | Frais de déplacement                 | Voyage |     |               |       |
|    | Frais de communication               | fft    |     |               |       |
|    | Impression, reproduction de rapports | Nb     |     |               |       |
|    |                                      |        |     | <b>Total</b>  |       |

<sup>2</sup> Si assujetti à la TVA

<sup>3</sup> Si assujetti à la TVA



FONDATION POUR  
LES AIRES PROTÉGÉES  
ET LA BIODIVERSITÉ  
DE MADAGASCAR

**MODELE 5**

**CONTRAT DE CONSULTANCE**

**N° -2026**

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b><u>OBJET DU CONTRAT</u></b>       | : AGENCE DE COMMUNICATION POUR LE PROJET BRIDGE |
| <b><u>MONTANT DU CONTRAT HT</u></b>  | :   |
| <b><u>MONTANT DU CONTRAT TTC</u></b> | :   |
| <b><u>FINANCEMENT</u></b>            | : BRIDGE  |
| <b><u>DELAI D'EXECUTION</u></b>      | : SIX (06) MOIS                                 |

## **Entre**

La Fondation pour les Aires Protégées et la Biodiversité de Madagascar, fondation reconnue d'utilité publique, portant le NIF n° 3000219807, sise à Ankadivato, Antananarivo 101 au lot III Q22 Andoharano Tsimbazaza Antananarivo, ci-après dénommée « la **FAPBM** », représentée par son Directeur Exécutif, Monsieur Rija RANAIVOARISON, ci-après désigné « La FAPBM », d'une part,

**Et,**

..... portant le NIF n° ....., STAT n° ....., sis à....., Tél : , représenté par xxx, en sa qualité de xxx, ci-après désigné « L'Agence », d'autre part,

Communément désignée les « Parties » ;

Il est convenu ce qui suit :

### **Article 1. Objet du contrat**

Le présent contrat a pour objet de définir les modalités selon lesquelles l'Agence s'engage à réaliser

..... ce conformément à la méthodologie précisée en annexe 2 du présent contrat.

### **Article 2. Durée du contrat**

Le contrat prend effet à compter de la date de réception de l'ordre de service de commencer les prestations. Il est conclu pour une durée de ..... jours

### **Article 3. Administration du Mandat**

Le Directeur Exécutif de la FAPBM assurera la coordination du mandat. A ce titre, il est responsable de l'organisation des activités relevant du contrat, de la réception et de l'approbation des factures devant donner lieu à un paiement, ainsi que toute décision majeure.

Pour la bonne exécution du mandat, la FAPBM mettra à la disposition de l'Agence toutes les informations nécessaires. Les interlocuteurs privilégiés, pour assurer le dialogue dans les diverses étapes des prestations :

- Monsieur Rija RANAIVOARISON, Directeur Exécutif de la FAPBM, [rramaivoarison@fapbm.org](mailto:rramaivoarison@fapbm.org) ;
- Madame Jenny RALALARISOA, Responsable de Communication, [jramarolala@fapbm.org](mailto:jramarolala@fapbm.org);

### **Article 4. Montant du contrat**

Le montant du contrat est plafonné à ..... ARIARY (..... Ar). Ce montant comprend l'intégralité des coûts et bénéfices de l'Agence incluant la TVA d'un montant de ..... ARIARY (..... Ar).

## Article 5. Livrables

Les livrables attendus du consultant sont :

| Livrables   | Échéance indicative                            | Modalités de validation   |
|---|--|---|
| Stratégie de communication du projet BRIDGE   | 60 jours après signature de convention         | Version provisoire → feedback FAPBM → version finale validée                      |
| Rapports mensuels de veille sur les mécanismes de financements de la biodiversité           | Mensuel  | Soumis pour feedback mensuel lors des réunions FAPBM                              |
| Rapports mensuels de veille sur les contributions du secteur privé                          | Mensuel  | Soumis pour feedback mensuel lors des réunions FAPBM                              |
| Contenus visuels (audiovisuels, numériques) pour campagnes et événements                    | À la demande (indicatif 2 contenus/trimestre)  | Version préliminaire → feedback FAPBM → validation finale avant diffusion         |
| Première version de la maquette de fiche projet   | 40 jours après signature du contrat            | Prototype → feedback FAPBM → ajustements → validation                             |
| Version finale de la maquette de fiche projet   | 40 jours après feedback sur version provisoire | Validation finale par FAPBM   |
| Affiches pour plaidoyer   | 45 jours après début du projet                 | Maquette → validation FAPBM → impression  |
| Production de 2 vidéos (3 min chacune, 2D + témoignages)                                    | 30 jours après signature de convention         | Scénario validé → tournage → validation finale FAPBM                              |
| Rédaction et mise en forme de 3 Policy Briefs (RSE, Avantages fiscaux AP, Dispositions ESG) | 30 jours après signature du contrat            | Version provisoire → feedback FAPBM et parties prenantes → version finale validée |
| Proposition de stratégie de diffusion des Policy Briefs                                     | 45 jours après signature de convention         | Version proposée → feedback FAPBM → validation finale                             |
| Gestion de la campagne digitale   | Continu  | Rapports mensuels de performance → validation FAPBM                               |
| Conception ligne éditoriale et calendrier   | 15 jours après signature de convention         | Version proposée → validation FAPBM avant mise en œuvre                           |
| Modération de la campagne digitale  | Pendant la mission                             | Supervision par FAPBM et validation des réponses importantes                      |
| Publications régulières (textes et visuels)   | Hebdomadaire                                   | Validation rapide par FAPBM avant publication                                     |

|  |                            |                                  |
|--|----------------------------|----------------------------------|
| Création des contenus adaptés au calendrier éditorial        | Selon calendrier éditorial | Validation FAPBM avant diffusion |
| Rapport de performance des actions de communication digitale | Mensuel                    | Soumis pour validation par FAPBM |

Chaque livrable sera soumis à validation par le Client selon le format convenu. La validation est considérée comme effective dès réception de l'accord écrit ou électronique du Client.

#### **Article 6. Mesures de contingence et d'atténuation de risques**

L'Agence s'engage à élaborer, dès la phase de planification, un plan de contingence détaillant les mesures alternatives en cas d'aléas pouvant compromettre le bon déroulement des activités prévues. Ce plan devra être validé par la FAPBM au plus tard 30 jours après la signature du contrat.

En cas d'impossibilité de réaliser une activité clé de la mission, L'Agence devra proposer dans un délai de cinq (05) jours ouvrables un plan de remplacement ou une alternative réaliste, sans engendrer des coûts supplémentaires majeurs pour la FAPBM. L'acceptation de cette alternative sera soumise à l'accord écrit de la FAPBM.

#### **Article 7. Calendrier et modalités de paiement**

Le calendrier de paiement sera comme suit :

- .....% du montant du contrat, soit ..... ARIARY  
(..... Ar) après validation du ..... livrable ;
- .....% du montant du contrat, soit ..... ARIARY  
(..... Ar) après validation du ..... livrable ;
- .....% du montant du contrat, soit ..... ARIARY  
(..... Ar) après validation du .....livrable ;

Les paiements seront effectués sur présentation de la facture correspondante.

Les paiements sont effectués en Ariary, au plus tard, dans les TRENTE (30) jours après réception et validation des factures correspondantes, établies en deux exemplaires, par virement bancaire dans le compte ouvert au nom du Consultant :

- RIB : xxx
- Banque : xxx

#### **Article 8. Pénalités et retenues**

En cas de retard dans l'exécution du présent contrat, les pénalités journalières applicables sont fixées à deux pour mille (2/1000) du montant du marché ou de la tranche considérée dans la limite de 10% du montant global du marché, y compris ses avenants éventuels, ou de la tranche considérée.

En cas de retard de paiement d'une facture, les pénalités journalières applicables sont fixées à un pour mille (2/1000) du montant de la facture concernée par jour de retard, dans la limite de 10% du montant total de ladite facture. Toutefois, elles ne s'appliquent que les livrables et les pièces justificatives requis pour le paiement soient conformes et complets.

#### **Article 9. Dispositions diverses**

L'Agence s'engage à conduire à tout moment ses activités et ses opérations de façon honorable, avec



intégrité et honnêteté et en conformité avec l'ensemble des lois et conventions qui s'appliquent en la matière, notamment :

- Toutes les lois et réglementations en matière environnementale, de santé et de sécurité du travail ainsi qu'en matière sociale en vigueur ;
- Des droits de l'Homme et de l'intégration du genre ;
- Des lois et conventions nationales et/ou internationales en matière de lutte contre la corruption.

Sauf accord préalable écrit de la FAPBM, L'Agence s'engage à garder confidentielle, à ne pas communiquer à quelque tiers que ce soit, à l'exception du personnel directement concerné, toute information entrant dans le cadre de l'exécution du présent contrat.

A cet effet, L'Agence doit :

- Tenir ces informations dans la plus stricte confidentialité, et de ne pas les publier ou de les divulguer à des tiers ;
- Prendre toutes les mesures nécessaires pour protéger la confidentialité ;
- Limiter la circulation et l'accès à ses administrateurs, employés, représentants, consultants ou sous-traitants, ou ceux de ses sociétés affiliées qui ont besoin de connaître de telles informations et, dans ce cas, d'informer ces personnes de la nature confidentielle des informations ;
- Ne pas faire des copies pour le compte de tiers.

Un manquement par L'Agence à l'obligation de confidentialité donne lieu à une résiliation de plein droit du présent contrat, sans préjudice des actions en dommages et intérêts auxquels la FAPBM pourrait prétendre.

Toute utilisation des logos et marques de la FAPBM par L'Agence doit être conforme aux chartes graphiques de la partie dont la marque est utilisée et soumise systématiquement à son accord préalable.

En cas de résiliation au sens de l'article 9 du présent contrat, L'Agence s'engage à ne plus utiliser, ne plus reproduire, ne plus représenter la thématique, les logos, les marques communiqués par la FAPBM.

#### **Article 10. Résiliation**

Le présent Contrat peut être résilié dans les circonstances suivantes :

1. Si les prestations ne sont pas conformes aux termes du contrat ou ne répondent pas aux normes professionnelles attendues ;
2. Si une des parties n'a pas respecté une des clauses du présent contrat ;
3. Si L'Agence porte atteinte aux lois et règlements qui régissent la FAPBM ;
4. Sur accord exprès des deux parties.

#### **Article 11. Avenant**

Le contrat ne peut être modifié ou contredit qu'en vertu d'un avenant ou amendement écrit et signé par les Deux parties.

#### **Article 12. Règlement des litiges**

En cas de différends ou de litiges pouvant survenir quant à l'interprétation ou à l'exécution du



présent contrat, les parties conviennent de chercher autant que possible une solution à l'amiable. A défaut d'accord, le Tribunal de Première Instance d'Antananarivo est désigné compétent.

#### **Article 13. Annexes**

Le récapitulatif des coûts, le calendrier d'exécution ainsi que la composition du personnel clé en annexes font partie intégrante du présent contrat.

Fait en deux (02) exemplaires originaux à Antananarivo, le \_\_\_\_\_

Pour L'Agence

Pour la FAPBM

**RANAIVOARISON Rija**

Directeur Exécutif

#### **Annexe 3 – Déclaration d'Engagement (Version abrégée)**

Intitulé de la candidature/l'offre/le contrat :

(« Contrat »)

À :

(« Maître d'Ouvrage »)

1. Nous (y compris tous les membres de notre Joint -Venture et tous les sous-traitants proposés ou engagés) confirmons par la présente que selon les critères spécifiés dans les « Directives pour la passation des marchés de prestations de conseils, travaux de génie civil, installations, fournitures et services divers dans la Coopération financière avec des pays partenaires » de la KfW :
  - a. Article 1.3.2 (Critères d'exclusion) ne s'applique pas et
  - b. il n'y a pas de conflit d'intérêts conformément à l'Article 1.3.3.
2. Nous (y compris tous les membres de notre groupe d'entreprises ou de notre Joint -Venture et tous les sous-traitants proposés ou engagés) déclarons en outre que pendant la Procédure de Passation de Marché et, en cas d'attribution d'un marché, pendant l'exécution du Contrat, nous :
  - a. ne nous sommes pas engagés et ne nous engagerons dans aucune Pratique passible de Sanctions telle que définie dans les « Directives pour la passation des marchés de prestations de conseils, travaux de génie civil, installations, fournitures et services divers dans la Coopération financière avec des pays partenaires » de la KfW et, en cas de Pratiques possibles de Sanctions, nous sommes pleinement liés par l'Article 1.4 (Pratiques possibles de Sanctions).
  - b. nous nous engageons à nous conformer et à nous assurer que nos Sous-traitants et nos principaux fournisseurs aux termes du Contrat, respectent les normes internationales en matière d'environnement et de travail, conformément aux lois et règlements applicables dans le pays de mise en œuvre du Contrat et aux conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et aux traités internationaux sur l'environnement. Nous mettrons de plus en œuvre des

mesures d'atténuation des risques environnementaux et sociaux lorsqu'elles sont spécifiées dans les plans de gestion environnementale et sociale pertinents ou d'autres documents similaires fournis par le Maître d'Ouvrage et, dans tous les cas, mettront en œuvre des mesures visant à prévenir l'exploitation et les abus sexuels et la violence fondée sur le genre.

Nom : \_\_\_\_\_ En tant que : \_\_\_\_\_

Dûment habilité à signer pour et au nom de<sup>4</sup> : \_\_\_\_\_

Signature : \_\_\_\_\_ Lieu : \_\_\_\_\_ En date du : \_\_\_\_\_



## **TERMES DE RÉFÉRENCE POUR LE RECRUTEMENT D'UNE AGENCE DE COMMUNICATION POUR LE PROJET BRIDGE**

### **I. CONTEXTE**

Dans son plan stratégique 2022-2026, la Fondation pour les Aires Protégées et la Biodiversité de Madagascar (FAPBM) a identifié le secteur privé comme un levier clé pour le financement pérenne du Système des Aires Protégées de Madagascar. A ce jour, le secteur privé dispose de plusieurs alternatives pour soutenir directement les actions de conservation menées par les organisations d'experts en partenariat avec la FAPBM, soit en contribuant au capital de la FAPBM, soit en participant à des fonds d'accélération, soit en finançant des projets.

À la suite d'un appel lancé par le projet BRIDGE, la FAPBM a été sélectionnée pour élaborer un mécanisme financier novateur afin de mobiliser le secteur privé en faveur des aires protégées du pays.

Initiative conjointe du Consortium Africain des Fonds Environnementaux (CAFÉ) et du Réseau latino-américain et caribéen des fonds environnementaux (RedLAC), BRIDGE vise à établir des alliances stratégiques entre le secteur privé et les fonds fiduciaires, comme la FAPBM, pour combler le déficit de financement dans le domaine de la conservation.

La FAPBM s'engage activement dans la sensibilisation et la mobilisation du secteur privé en organisant des ateliers ciblés dans les principales villes du pays. Ces rencontres stratégiques visent à encourager les

<sup>4</sup> Dans le cas d'une JV, mettre le nom de la JV. La personne qui signera la candidature, l'offre ou la proposition au nom du Candidat/Soumissionnaire doit joindre une procuration du Candidat/Soumissionnaire.

entreprises malgaches et internationales à investir dans la conservation de la biodiversité, en particulier au sein des zones écologiquement et économiquement vitales de Madagascar. L'objectif est de créer des partenariats durables qui reconnaissent l'importance de la nature non seulement pour l'environnement, mais aussi pour le développement économique et social de l'île.

## II. LE PROJET BRIDGE

Dans le cadre de cette incubation, la FAPBM prévoit la création d'un fonds d'entreprise dédié aux activités de conservation, ainsi que le déploiement d'un financement basé sur la nature.

La FAPBM a mis en place un mécanisme de financement basé sur la nature. Ce type de financement vise à valoriser les services écosystémiques et à générer des revenus pour leur préservation. Pour concrétiser ces ambitions, la FAPBM lance le projet BRIDGE, un programme pilote d'une durée de deux ans, qui vise à promouvoir deux mécanismes adaptés au secteur privé :

- **Le Fonds des entreprises pour la biodiversité (FEB)**

Ce fonds cible les petites et moyennes entreprises souhaitant contribuer volontairement à des actions environnementales, que ce soit dans le cadre de leur Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) ou non. Les fonds collectés visent à renforcer la conservation dans des zones clés de Madagascar, couvrant expertise, renforcement des capacités, développement d'entreprises sociales, et coûts liés aux systèmes de surveillance et de contrôle.

Le financement des activités de restauration de Maromizaha par BNI Madagascar pourrait être le point de départ d'un basket fund restauration des entreprises ;

- **Le Programme de Conservation Compensatoire (PCC)**

Ciblant spécifiquement les grandes entreprises, cette approche propose de compenser les impacts environnementaux non réductibles et inévitables de leurs projets. Les entreprises tenues par leur Plan de Gestion Environnementale et Sociale (PGES) d'appliquer la hiérarchie d'atténuation, incluant la compensation, seront approchées par la FAPBM pour financer des solutions basées sur la nature, en collaboration avec les gestionnaires des aires protégées.

La hiérarchie d'atténuation permet de réduire et de gérer les impacts des projets de développement sur la biodiversité. Elle repose sur un principe simple mais puissant : Éviter > Minimiser > Restaurer > Compenser. La FAPBM étudie l'application de l'extension de la hiérarchie d'atténuation opérée avec QMM sur d'autres secteurs clés.

- **Cas d'étude : QMM**

- Objectif : stabilisation des sols, protection des bassins-versants
- Surface gérée : 2 745 ha
- Performance de gestion : 83,99 % technique / 67,43 % financière

Les Solutions basées sur la nature (SbN) tirent parti sur les processus naturels pour résoudre des problèmes environnementaux. Les aires protégées, par nature, mettent en œuvre des SbN telles que la restauration des habitats, la participation communautaire, la préservation des zones humides et la reforestation, renforçant la résilience des écosystèmes.

### La nécessité d'une mise en place d'un cadre institutionnel

Afin d'amplifier ces actions et de canaliser l'engagement croissant du secteur privé, il est essentiel de mettre en place un cadre clair et structuré.

Dans le cadre du projet COMBO, la FAPBM travaille activement à la mise en place d'un cadre institutionnel permettant un engagement structuré, volontaire et crédible des entreprises dans la préservation de la biodiversité.

Ce cadre vise à encourager des partenariats durables et équilibrés entre le secteur privé et les acteurs de la conservation, en apportant des outils concrets pour intégrer la biodiversité dans les stratégies RSE, tout en garantissant la traçabilité, la transparence et l'impact positif des actions entreprises.

#### Les fonds fiduciaires de conservation, la FAPBM est un partenaire clé

Pour que ce cadre institutionnel soit efficace et que les engagements se traduisent en impacts concrets, il faut un partenaire de confiance capable d'assurer la gestion durable des financements.

La réalisation de projets environnementaux sans une expertise adéquate représente un défi majeur. Un partenariat avec la FAPBM offre des avantages significatifs. Reconnue d'utilité publique, elle exonère de taxe toute donation d'entreprises en sa faveur. Son expertise dans la gestion des aires protégées et la mobilisation de financements dédiés assure une allocation efficiente des ressources et élimine les risques de double financement. La collaboration de la FAPBM avec les gestionnaires des aires protégées garantit une expertise technique solide et un suivi de financement fiable, assurant des impacts durables. Investir dans les aires protégées soutenues par la FAPBM et en cofinancement avec elle garantit la réalisation effective des initiatives.

Avec ses 20 ans d'existence en tant que Fonds fiduciaire, la FAPBM a acquis une solide expérience dans le financement durable des aires protégées à Madagascar grâce à un capital investi dont seuls les revenus sont utilisés pour soutenir la conservation de la biodiversité.

Elle a pour mission d'apporter un appui à la conservation de la biodiversité à Madagascar par la promotion et le financement de l'expansion, de la création, de la protection et de la valorisation des aires protégées. Pour la période 2022-2026, la Fondation a pour mission : (i) de contribuer au financement pérenne du SAPM, (ii) de contribuer à la conservation de la biodiversité, au maintien des services écosystémiques, au bien-être de la population, à la lutte contre le changement climatique, et (iii) de promouvoir la bonne gestion au sein du SAPM.

La Fondation véhicule comme valeurs :

- **La passion** pour la nature qui constitue la première motivation de toutes les actions et décisions.
- **La redevabilité** envers toutes les parties prenantes en assurant une gestion responsable des financements accordés pour la biodiversité et envers les générations présentes et futures pour préserver la biodiversité de Madagascar.
- **L'éthique** par application des principes de bonne gouvernance à tous les niveaux afin que les décisions et les actions entreprises dans le cadre de la réalisation de sa mission soient les plus justes et les plus équitables pour les intérêts des parties prenantes.

### III. OBJECTIFS DE COMMUNICATION

Les objectifs sont hiérarchisés pour distinguer les priorités court terme (6 mois) et celles plus stratégiques (long terme).

#### Court terme :

- ✓ Accroître la visibilité du projet BRIDGE et de la FAPBM auprès du secteur privé. Sensibiliser

et mobiliser les entreprises sur les mécanismes de financement (FEB et PCC). Créer et diffuser des supports de communication visuels, audiovisuels et digitaux.

- ✓ Renforcer la présence digitale du projet via une stratégie ciblée.

**Long terme :**

- ✓ Appuyer le plaidoyer auprès des décideurs et institutions clés. Assurer la cohérence et la durabilité des supports produits.
- ✓ Former l'équipe FAPBM en communication et plaidoyer.

**Transversal :**

- ✓ Assurer la cohérence, la durabilité et la redevabilité de tous les supports produits.

**Indicateurs**

- Évolution de la notoriété de la FAPBM auprès du secteur privé.
- Plus de cinq (5) aires protégées bénéficiant d'un financement privé.
- Plus de cinq (5) entreprises finançant des projets de conservation dans les Aires Protégées.
- Visibilité des mécanismes de financement sur les médias et canaux digitaux.
- Outils de plaidoyer développés et utilisés.
- Performance communicationnelle accrue de la FAPBM auprès du secteur privé

## **IV. PRINCIPES ET ORIENTATION GENERALE**

### **1. Langues cibles pour les livrables**

- Langue principale : Français.
- Adaptation en anglais : Prévoir une version anglaise pour les vidéos, newsletters, policy briefs et maquettes de fiches projet.
- Qualité des traductions : Toutes les traductions doivent être professionnelles. La version originale en français doit obligatoirement être validée par la FAPBM avant toute traduction.

### **2. Propriété intellectuelle**

- Tous les supports produits dans le cadre de cette mission appartiennent exclusivement à la FAPBM.
- L'agence renonce à tout droit d'auteur ou licence restrictive.
- Les livrables pourront être modifiés, utilisés ou diffusés par la FAPBM sans demande d'autorisation préalable.

### **3. Indicateurs de performance (KPI) à suivre**

- Nombre de publications réalisées.
- Taux d'engagement sur les publications et contenus.
- Couverture médiatique obtenue.
- Nombre d'entreprises atteintes par la communication.
- Nombre de vues et d'interactions sur les supports digitaux.

## **V. TRAVAUX ATTENDUS DE L'AGENCE**

L'agence de communication retenue devra réaliser les travaux suivants en étroite collaboration

avec l'équipe de la FAPBM :

| Catégorie  | Activité  | Description  |
|--|---|--|
| <b>1. Accompagnement du développement et de la mise en œuvre d'une stratégie de communication ciblée</b> | Élaboration d'une stratégie de communication  | Définir une stratégie claire alignée aux objectifs du projet BRIDGE et adaptée au secteur privé. La stratégie doit inclure les canaux, messages clés et axes créatifs.   |
|  | Veille informationnelle mensuelle   | Les mécanismes de financements de la biodiversité nationale et internationale. Les contributions du secteur privé à la biodiversité nationale et internationale.   |
| <b>2. Développement et mise en œuvre des supports de communication</b>                                   | Conception et mise à disposition d'une maquette standardisée et adaptable de fiche projet, destinée à être utilisée par les gestionnaires | La fiche projet a pour objectif de valoriser les initiatives portées par les gestionnaires à travers une présentation claire, attrayante et homogène. Elle permettra également de faciliter leur mise en ligne sur le site web de la FAPBM, au sein de la rubrique dédiée aux appels de fonds ouverts. Enfin, elle offrira aux bailleurs, partenaires et entreprises une information structurée et complète sur chaque projet, incluant le contexte, les objectifs, les impacts attendus, le budget, la durée ainsi que les contacts utiles. |
|  | Conception et impressions d'affiches  | Produire 50 versions de l'affiche. Ces affiches, durables et visuelles, seront utilisées comme supports de communication dans les bureaux des partenaires et des chambres de commerce.   |
| <b>3. Développement des outils de plaidoyer</b>  | Vidéo explicative (2D, 3 min)   | Animation illustrant les mécanismes FEB et PCC. Utilisation de rushs existants.  |
|  | Vidéo témoignages (3 min)   | mettant en lumière l'expérience et les motivations des partenaires/entreprises déjà impliquées dans le projet BRIDGE   |
|  | Policy Brief 1 – RSE  | Document de 2 pages pour promouvoir l'intégration du financement des AP dans les politiques RSE.   |
|  | Policy Brief 2 – Avantages fiscaux  | Présentation claire et percutante des avantages fiscaux pour les entreprises soutenant les AP.   |
|  | Policy Brief 3 – ESG et prêts bancaires   | Exposer les bénéfices de l'intégration de critères ESG dans les contrats de prêt.  |
|  | Livre blanc et impressions  | Document illustrant bonnes pratiques et  |

| Catégorie   | Activité                                      | Description  |
|---|---|--|
|   | de 100 exemplaires                            | témoignages d'entreprises engagées aux côtés de la FAPBM.  |
| <b>4. Appui à l'élaboration et à la diffusion de documents politiques auprès des parties prenantes clés MEF et MEDD</b> | Stratégie digitale et calendrier éditorial    | Définir les canaux, fréquence, messages adaptés au secteur privé.  |
|   | Gestion et modération de la campagne digitale | Création de publications régulières (textes + visuels), sponsorisation ciblée, interaction avec les entreprises.       |
|   | Reporting digital                             | Évaluer la performance (taux d'engagement, portée, vues, interactions).  |
|   | Newsletter                                    | Conception et diffusion mensuelle pour informer partenaires et entreprises.  |
| <b>5. Renforcement de capacités</b>   | Atelier de formation                          | Atelier d'une journée avec l'équipe FAPBM pour renforcer la communication et le plaidoyer.<br>Méthodes participatives. |
|   | Supports pédagogiques                         | Fourniture d'outils pratiques et supports utilisés durant l'atelier.   |

## VI. LIVRABLES

La mission se déroulera sur une période de six mois :

| Livrables   | Échéance indicative                            | Modalités de validation   |
|---|--|---|
| Stratégie de communication du projet BRIDGE                                       | 60 jours après signature de convention         | Version provisoire → feedback FAPBM → version finale validée              |
| Rapports mensuels de veille sur les mécanismes de financements de la biodiversité | Mensuel  | Soumis pour feedback mensuel lors des réunions FAPBM                      |
| Rapports mensuels de veille sur les contributions du secteur privé                | Mensuel  | Soumis pour feedback mensuel lors des réunions FAPBM                      |
| Contenus visuels (audiovisuels, numériques) pour campagnes et événements          | À la demande (indicatif 2 contenus/trimestre)  | Version préliminaire → feedback FAPBM → validation finale avant diffusion |
| Première version de la maquette de fiche projet                                   | 40 jours après signature du contrat            | Prototype → feedback FAPBM → ajustements → validation                     |
| Version finale de la maquette de fiche projet                                     | 40 jours après feedback sur version provisoire | Validation finale par FAPBM   |

| Livrables   | Échéance indicative                         | Modalités de validation   |
|---|---|---|
| Affiches pour plaidoyer   | 45 jours après début du projet              | Maquette → validation FAPBM → impression  |
| Production de 2 vidéos (3 min chacune, 2D + témoignages)                                    | 30 jours après signature de convention      | Scénario validé → tournage → validation finale FAPBM                              |
| Rédaction et mise en forme de 3 Policy Briefs (RSE, Avantages fiscaux AP, Dispositions ESG) | 30 jours après signature du contrat         | Version provisoire → feedback FAPBM et parties prenantes → version finale validée |
| Proposition de stratégie de diffusion des Policy Briefs                                     | 45 jours après signature de convention      | Version proposée → feedback FAPBM → validation finale                             |
| Gestion de la campagne digitale   | Continu                                     | Rapports mensuels de performance → validation FAPBM                               |
| Conception ligne éditoriale et calendrier   | 15 jours après signature de convention      | Version proposée → validation FAPBM avant mise en œuvre                           |
| Modération de la campagne digitale  | Pendant la mission                          | Supervision par FAPBM et validation des réponses importantes                      |
| Publications régulières (textes et visuels)   | Hebdomadaire                                | Validation rapide par FAPBM avant publication                                     |
| Création des contenus adaptés au calendrier éditorial                                       | Selon calendrier éditorial                  | Validation FAPBM avant diffusion  |
| Rapport de performance des actions de communication digitale                                | Mensuel                                     | Soumis pour validation par FAPBM  |
| Newsletter  | Mensuel                                     | Version préliminaire → validation FAPBM → diffusion                               |
| Supports de formation / Remise en compétence interne  | Animation d'un atelier d'une journée        | Agenda et supports validés par FAPBM avant animation                              |
| Livre blanc   | 40 jours après la validation du livre blanc | Plan validé → rédaction → version finale validée par FAPBM                        |
| Impression du livre blanc et des affiches   | 60 jours après la validation des documents  | Vérification et validation par FAPBM avant impression                             |

## VII. PERSONNEL CLÉ

Pour réaliser le mandat, l'agence doit disposer des compétences ci-dessous :

- Compétences en communication, relations publiques et plaidoyer ;
- Compétences design graphique ;
- Compétences en communication digitale ;
- Compétences en copywriting ;
- Compétences en traduction.

## VIII. BUDGET ET MODALITÉS DE PAIEMENT

L'offre financière doit présenter un budget par livrable. Le paiement se fera après dépôt et validation de chaque livrable sur présentation de la facture correspondante.

## IX. LES CRITÈRES D'ÉVALUATION TECHNIQUE

La sélection fondée sur la Qualité et le Coût consiste à évaluer distinctement les propositions techniques et financières des soumissionnaires. Le marché sera attribué au soumissionnaire ayant obtenu la note pondérée la plus élevée, la note technique étant pondérée à 70 et la note financière à 30. La proposition la moins-disante sera notée à 30. Pour les autres propositions, la note financière est obtenue suivant la formule :

$$\text{Note de la proposition} = \frac{\text{Montant Proposition moins disante} \times 30}{\text{Montant Proposition}}$$

La note de qualification technique est de 75 points

Les propositions techniques seront évaluées suivant les critères suivants.

| Critère   | Pondération | Pondération |
|---|-------------|-------------|
| Compréhension du mandat (FAPBM, secteur privé, livrables) | 15%         | 15%         |
| Recommandations stratégiques                              | 15%         | 10%         |
| Approche créative et innovation                           | 20%         | 20%         |
| Approche méthodologique et de travail                     | 10%         | 20%         |
| Expérience en communication & plaidoyer                   | 10%         | 10%         |
| Design graphique  | 10%         | 10%         |
| Communication digitale                                    | 10%         | 10%         |
| Copywriting & traduction                                  | 5%          | 5%          |
| Capacité d'adaptation, écoute & travail collaboratif      | 5%          |             |

## X. PROCESSUS DE SÉLECTION

La sélection de l'Agence se fera en deux étapes successives, permettant de garantir à la fois la qualité stratégique, la créativité et la pertinence budgétaire de la proposition.

- Evaluation technique
- Evaluation financière

Seuls les prestataires qualifiés techniquement feront l'objet d'une évaluation financière

Figure. Hiérarchie d'atténuation

