

Termes de référence

Titre du poste : Consultant en communication pour le PFSS

Superviseur immédiat : Directeur Technique National – Suivi-Evaluation avec la coordination des Directeurs des bureau régionaux

Contexte

Depuis juillet 2015, le gouvernement des Comores a mis en place le projet de Filets Sociaux de sécurité. Suite au passage du cyclone Kenneth en avril 2019, le dispositif a été renforcé grâce à l'appui de la Banque mondiale pour aider et accompagner les populations vulnérables à se relever économiquement et à retrouver le chemin de l'autonomisation.

Différents programmes ont été mis en œuvre pour atteindre les objectifs fixés par le gouvernement. Il s'agit des Activités de Relèvement Socio-économique (ARSE), du volet Infrastructure de Base (IDB) et du programme Argent Contre Travail (ACT). Avec l'arrivée de la pandémie, le TMNC-Covid 19 a été conçu pour aider les populations à faire face aux impacts des diverses restrictions.

Le TMNC-Covid 19 arrive à son terme. Les autres programmes sont encore en cours et sont prévus prendre fin en décembre 2022. Dans ce cadre et compte tenu de l'importance de la communication dans la mise en œuvre des projets de Filets sociaux de sécurité, le PFSS Comores recherche un.e consultant.e en communication pour l'appuyer dans la mise en œuvre de la stratégie de communication du projet lequel comprend les programmes sus-mentionnés.

Le consultant coordonnera son travail avec les équipes techniques du projet PFSS.

Objectifs spécifiques

- Améliorer et poursuivre la mise en œuvre de la stratégie de communication pour optimiser la visibilité du PFSS
- Ajuster et mettre à jour le plan de mise en œuvre budgétisé de la stratégie de communication
- Faire des propositions de révision du budget de la stratégie de communication
- Développer des actions de communication qui répondent aux besoins spécifiques des programmes en cours du PFSS
- Développer les capacité du personnel du projet en matière de communication
- Promouvoir et valoriser les résultats des programmes

Description spécifique des activités principales :

- Mettre en œuvre la stratégie de communication du PFSS, incluant le plan de diffusion des différents supports pendant la durée du programme
- Coordonner l'ensemble des activités de communication et en assurer le suivi,
- Proposer des actions de communication nécessaires pour sensibiliser et mobiliser les bénéficiaires, favoriser l'appropriation des projets et leur adhésion aux différentes activités, mieux faire connaître le projet à l'échelle nationale et auprès des partenaires stratégiques,
- Identifier les moyens de communication les plus adaptés pour une plus large diffusion de l'information et la promotion des activités du projet.
- Conception des designs et création des outils de communication ou contractualisation et supervision des prestataires le cas échéant,
- Assurer le suivi des contrats des prestataires de communication et le respect des échéances des différentes prestations,

- Conduire les séances de pré-test des outils avant validation, production ou multiplication des supports de communication,
- Assurer les travaux de rédaction du projet (rapports périodiques, rapports trimestriels de communication, articles et autres publications,)
- Assurer l'alimentation du site et des réseaux sociaux du PFSS,
- Organiser les événements de visibilité du PFSS,
- Planifier et accompagner les actions de relations publiques nécessaires à dynamiser le rôle du projet dans l'architecture du développement social et communautaire auprès des partenaires,
- Identifier des outils et des moyens nécessaires pour promouvoir les échanges d'expérience et d'information entre les différents sous projets (communication interne)
- Renforcer les capacités du personnel du projet en matière de communication,
- Rédiger et réviser les articles et les publications produits par l'UGP en français et en Shikomori en cas de nécessité,
- Développer des supports et actions de communication externe adaptés aux objectifs du projet en étroite collaboration avec l'UGP et les DER du projet et proposer des listes de distribution stratégiques,
- Renforcer la compréhension des messages-clés de chaque sous-composante (ARSE/MACC, ACT, IDB, TMNCC) par la communauté bénéficiaire,
- Rapporter selon les exigences et attentes du projet les réalisations prévues dans le contrat.

Livrables et chronogramme

Livrables	Echéances
Methodologie de travail et compréhension du TDR	5 jours après la signature du contrat
Une stratégie de communication mise à jour et ajustée/améliorée-incluant : <ul style="list-style-type: none"> - Un tableau récapitulatif mis à jour des actions de communication effectuées et à faire* - Un calendrier des travaux de production et échéances (suivants les besoins et planification du projet) 	15 jours après la signature du contrat
TDRs et PV d'évaluation de l'agence de communication chargée de la conception et de l'édition des supports	10 jours après la validation de la stratégie de communication
Supports de communication (interne et externe)	Tous les mois (pendant six mois) suivants le calendrier de production validé
Rapport mensuel (avec précision des supports produits et en annexe les livrables validés par le projet)	
Rapport final	15 jours après la fin du contrat

*Principales activités attendues :

- Un tableau récapitulatif mis à jour des actions de communication effectuées et à faire
- Planning de diffusion de contenus sur la page web et sur les réseaux sociaux,
- Proposition de calendrier pour les ateliers de restitution Rapports rédigés pour chaque programme,

- Un fichier Cloud ou un Drive partagé créé et organisé pour les photos et vidéos, et les archives du PFSS
- Actualisation par semaine du site web et des réseaux sociaux du PFSS

Durée de la mission :

La durée de la consultation est de 6 mois (120 jours), étalée sur neuf mois, renouvelable après évaluation, identification des besoins et après approbation de la banque mondiale à compter du 01 novembre 2021 au 30 juillet 2022 .

Qualifications et expériences minimales requises :

Éducation et niveau de formation : Baccalauréat + 4 en communication, sociologie domaine jugée pertinente.

Spécialités recherchées :

- Expérience professionnelle avérée d’au moins 4 années dans un poste similaire
- Expérience dans la conception des supports de communication et de sensibilisation communautaire ; ainsi que de la communication audiovisuelle
- Maîtrise d’une façon opérationnelle des outils et actions de communication : communication événementielle, relations presse, écoute et prospective, communication de changement de comportement, méthodes d’élaboration de plans de communication
- Maîtrise des outils de retouche d’images (type Photoshop ou The Gimp).
- Créativité et sens de l’initiative, avec un sens du design et une expérience dans la publication assistée par l’ordinateur (PAO) constitue un atout.
- Parler et écrire couramment le Français et le Shikomori;
- Connaissance de l’environnement de la presse au niveau du pays ;
- Bonne compréhension de la problématique et des enjeux de la pauvreté et de l’emploi dans un pays en voie de développement ;
- Bonne connaissance des régions concernées par le Programme ;
- Bonne capacité rédactionnelle et de synthèse
- Qualités relationnelles avec une grande capacité à coordonner et à travailler en équipe.
- Grande capacité d’écoute et excellente aptitude à communiquer à l’oral comme à l’écrit.
- Très bonne connaissance des défis dans le cadre de la communication institutionnelle.
- Connaissance en suivi évaluation, traitement des données, développement communautaire,
- Bonne maîtrise de l’outil informatique en particulier Excel (base de données, tables croisées...) et Internet

Expérience dans le domaine ou les spécialités recherchées : 4 ans

Expérience en mobilisation communautaire : 3 ans

Connaissances acquises ou à acquérir

Cadre réglementaire et juridique de l’UGP

Manuels de procédures de l’UGP

Accords de crédit

Connaissance de l’organisation (mission, structure)

Procédures et exigences de la Banque Mondiale en matière de suivi-évaluation et de sauvegarde environnementale et sociale

<u>Autres compétences nécessaires</u>	<u>Attitudes/valeurs exigées</u>
<ul style="list-style-type: none"> • Communication écrite et orale • Aisance relationnelle • Esprit d’équipe • Esprit d’initiative 	<ul style="list-style-type: none"> • Assiduité • Capacité d’écoute • Intégrité/Honnêteté • Autonomie

<ul style="list-style-type: none"> • Esprit d'organisation • Esprit de planification • Leadership / capacité à mobiliser <p>Sens des priorités</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Professionnalisme • Sens des responsabilités • Rigueur • Courtoisie/Diplomatie • Disponibilité • Discrétion/confidentialité • Ténacité
---	--

Mode de paiement

Les honoraires seront payés au temps passés justifiés et complétés par les livrables et selon le chrogramme établi notamment :

- ✓ Un mois après la signature du contrat : le consultant doit soumettre une stratégie de communication mise à jour et ajustée/améliorée ainsi qu'une Proposition de calendrier pour les ateliers de restitution approuvées par le projet et sur présentation d'une facture ;
- ✓ Après livraison de la stratégie de communication : le consultant doit soumettre un tableau récapitulatif mis à jour des actions de communication effectuées et à faire, approuvés par le Projet et sur présentation d'une facture;
- ✓ 2 mois après démarrge de la mission : le consultant doit soumettre des supports de communication (interne et externe) approuvés par le Projet et sur présentation d'une facture
- ✓ Après finalisation des supports de communication : le consultant doit soumettre un Planning de diffusion de contenus sur la page web et sur les réseaux sociaux approuvés par le Projet et sur présentation d'une facture