



PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT
DESCRIPTION DE POSTE

Titre :	Recrutement d'un Consultant national pour l'élaboration d'une Stratégie de communication
Lieu de travail :	Tunis
Projet	« Renforcement de la Gouvernance démocratique et de la redevabilité publique en Tunisie »
Superviseur :	Coordinatrice du projet
Durée du contrat :	32 jours
A partir de :	28 février 2018

1 – Contexte :

La lutte contre la corruption en Tunisie présente un potentiel de réussite fort en raison d'un certain nombre de facteurs dont notamment la nouvelle Constitution favorable (janvier 2014), qui établit clairement les principes de transparence, de redevabilité, d'impartialité et d'intégrité, et qui met en place une autorité constitutionnelle dédiée à la gouvernance et à la lutte contre la corruption. L'espace de participation des citoyens aux affaires publiques de plus en plus large représente également un autre atout de nature à rétablir la confiance entre les citoyens et l'Etat. Enfin, les manifestations perverses de la corruption et ses résultats néfastes, surtout au cours des cinq dernières années, ont renforcé chez les Tunisiens la volonté de s'attaquer et de combattre le phénomène.

En réponse à cette priorité nationale et à la demande croissante en matière d'assistance pour la lutte contre la corruption en Tunisie, le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) a élaboré, en partenariat avec l'Agence Coréenne de Coopération Internationale (KOICA), un large programme de renforcement de la gouvernance démocratique et de la redevabilité publique en Tunisie. Ce programme constitue un instrument national fort afin de renforcer les « îlots d'intégrité » autour desquels une action collective contre la corruption sera également promue.

Le présent projet vient rajouter une couche de coordination entre les différentes institutions déjà ciblées en plus d'une dimension intégrité, transparence et redevabilité. Sa mise en œuvre sera axée sur cinq domaines indépendants à savoir :

- Les capacités, l'efficience et le rôle de coordination de l'Instance Nationale de Lutte Contre la Corruption (INLUCC) sont renforcés pour lui permettre d'exercer efficacement ses compétences dans la mise en œuvre de la Stratégie Nationale de Lutte Contre la Corruption ;
- Le cadre légal et institutionnel de lutte contre la corruption est défini selon les meilleures pratiques internationales et les besoins à l'échelle nationale et régionale ;
- Les mécanismes de redevabilité des forces intérieures de sécurité sont renforcés afin de réduire les risques de corruption et améliorer la confiance des citoyens (4 sites) ;

- Les mécanismes de redevabilité des municipalités sont renforcés afin de réduire les risques de corruption et améliorer la confiance des citoyens (3 municipalités);
- Les mécanismes de redevabilité des Douanes sont renforcés afin de réduire les risques de corruption et améliorer la confiance des citoyens (2 sites et une direction);
- Les mécanismes de redevabilité du secteur de la Santé sont renforcés afin de réduire les risques de corruption et améliorer la confiance des citoyens (3 sites).

La réalisation de ces résultats permet d'assurer une intervention au niveau local / sectoriel mais également au niveau central. C'est ce va-et-vient qui permettra d'assurer la généralisation ultérieure des produits du projet.

Le projet «Renforcement de la Gouvernance Démocratique et de la Redevabilité Publique en Tunisie» mobilise donc un ensemble de parties prenantes et est, également, ouvert sur l'extérieur. A ce titre, il ne se définit pas seulement par les activités qu'il apporte mais aussi par son image, ses valeurs, les changements qu'il permet de réaliser et la communication adaptée à ses résultats.

Il est ainsi important que la communication autour des actions entreprises par le projet « Renforcement de la Gouvernance Démocratique et de la Redevabilité Publique en Tunisie» soit cohérente et harmonisée avec la vision stratégique du projet et du PNUD. À cet effet, une stratégie de communication du projet s'impose afin de mieux structurer et coordonner la communication autour de ses activités et ses résultats, de promouvoir les différentes étapes des processus qu'il met en œuvre, d'adapter sa communication aux différents publics cibles, et de donner la visibilité adéquate permettant de mieux soutenir les changements escomptés.

2 – Objectifs :

2.1 Objectif Général

Concevoir une stratégie de communication et élaborer un plan de communication pour le Projet.

Objectifs Spécifiques

Les objectifs spécifiques visés par cette stratégie consistent à doter le projet d'outils de communication pour lui permettre de :

- Accroître la notoriété du Projet et la visibilité de ses résultats auprès de ses différents publics cibles;
- Définir une vision et des objectifs clairs des efforts d'information et de communication à déployer pour le Projet en général et pour les Ilots d'intégrité en particulier
- Identifier les éléments nécessaires pour doter le projet d'une charte et d'un slogan renforçant son identité et réunissant les parties prenantes et le public autour de ses objectifs ;
- Valoriser les efforts et les résultats des différents partenaires et acteurs ;
- Identifier clairement les responsabilités/actions des parties prenantes pour la mise en œuvre de la stratégie et du plan de communication du projet ;
- Faire mieux connaître les initiatives, actions et résultats du projet ;
- Mettre à la disposition du projet une stratégie de communication assortie d'un plan de communication pour la durée restante, intégrant divers canaux de communication et des outils de communication innovants ;
- Proposer des mécanismes de communication et de réseautage afin de parvenir à une communication sur les produits de connaissance du projet, et spécifiquement sur la généralisation de ses résultats ;

- Proposer des mécanismes de communication et de réseautage afin de parvenir à une communication sur les résultats atteints par le projet ;
- Valoriser les résultats atteints par le projet

3 - Mission et tâches du consultant :

Le consultant de la stratégie de communication effectuera de façon spécifique sa mission tout en appliquant les procédures du PNUD en ce qui concerne les normes, les délais et la qualité technique des analyses et rapports de suivi. Le consultant sera responsable de l'atteinte des résultats suivants :

Résultat 1 : La stratégie de communication du projet et son plan de communication élaborés :

- Établir le diagnostic de la communication à travers les forces, faiblesses, opportunités, menaces et dresser un bilan des besoins en communication du projet ;
- Établir le diagnostic de la communication à travers les forces, faiblesses, opportunités, menaces et dresser un bilan des besoins en communication des Ilots d'intégrité
- Analyser les expériences de communication et de mobilisation de projets similaires afin d'identifier les acquis et les bonnes pratiques à capitaliser ;
- Élaborer une stratégie de communication interne et externe du projet et des Ilots d'intégrité qui garantisse une bonne visibilité tout en permettant l'information, la mobilisation, l'implication et l'adhésion des acteurs
- Développer un plan de communication pour la durée restante du projet ;
- Organiser un atelier de validation de cette stratégie et de son plan d'action d'une manière participative

Résultat 2 : Des outils de communication du projet, des Ilots et de ses partenaires, dont des outils innovants sont proposés ;

Résultat 3 : Les responsabilités/actions des parties prenantes pour la mise en œuvre de la stratégie et du plan de communication du projet sont clarifiées ;

Résultat 4 : Des mécanismes de communication et de réseautage afin de parvenir à une communication sur les produits de connaissance du projet et des Ilots d'intégrité, et spécifiquement sur la généralisation de ses résultats, sont proposés et leur mise en œuvre est détaillée ;

4 - Profil demandé :

Education	Etre titulaire au moins d'un mastère en communication, marketing, sciences de l'information, journalisme ou en sciences politiques out tout autre discipline similaire.
Expérience	- Avoir un minimum de 7 ans dans le secteur de la communication dont au moins 2 ans en Tunisie ; - Au moins 4 expériences dans l'élaboration de stratégies de communication et/ ou dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégie de communication ;

	- Avoir au moins 2 expériences dans l'élaboration de stratégie de communication de projet ou d'institution de gouvernance ou développement ; - avoir au moins 2 expériences dans l'élaboration de plan de communication intégrant des outils innovants et digitaux ; - Avoir une expérience dans la le Community Management est un atout
Langage requis	Posséder de réelles capacités de communication orale et écrite en langues arabe et française.

5 - Pièces du dossier de candidature :

Une proposition méthodologique :

- Une approche méthodologique que le/la Consultant(e) propose pour la réalisation de la mission. Cette approche doit être rédigée français en 5 pages maximum ainsi qu'une synthèse en arabe en 2 pages maximum ;
- Un planning des tâches à réaliser ;
- Les justificatifs des références des expériences mentionnés ;
- Le CV du Consultant
- Les copies des diplômes

Une proposition financière :

La proposition financière doit être libellée en TND et exprimé en H/J.

Toute dépense non prévue par les TDR ou explicitement inscrite à l'offre financière telle qu'acceptée par le PNUD, quelle qu'en soit la nature, doit être convenue entre le Bureau du PNUD et le consultant à l'avance, sous peine de ne pas être remboursée.

Par ailleurs, les candidats voudront bien noter que les paiements ne pourront être effectués que sur la base des produits livrés, c'est-à-dire sur présentation du résultat des services spécifiés dans les TDR et après validation de ces livrables par le responsable désigné par le PNUD.

6 - Durée et lieu d'affectation :

- Le consultant en stratégie de communication sera recruté pour 32 jours sur une période de 2 mois ;
- La mission se déroulera à Tunis. Toutefois, le consultant pourrait être appelé à se déplacer à l'intérieur du pays. Le PNUD prendra en charge son déplacement.

7 - Critères spécifiques de la soumission :

- Poids des critères financiers : l'offre financière la moins élevée ;
- Seuls les candidats ayant obtenus un minimum de 70 points sur un total de 100 seront considérés pour l'évaluation financière.

Critères	Points max
<u>Critère 1 :</u> Etudes supérieures mastère en communication, marketing, sciences de l'information, journalisme ou tout autre discipline similaire:	10

• Diplôme de mastère : 7 points • Plus que master : 10 points	
<u>Critère 2 :</u> Un minimum de 7 ans dans le secteur de la communication dont au moins 2 ans en Tunisie : • 7 ans d'expérience : 8 points • entre 7 et 10 ans : 10 points • Plus que 10 ans : 15 points	15
<u>Critère 3</u> Expérience dans l'élaboration de stratégie de communication et/ ou dans l'élaboration et la mise en œuvre de stratégie de communication • 4 expériences : 10 points • Entre 4 et 6 expériences : 15 points • Plus que 6 expériences : 20 points	20
<u>Critère 4 :</u> Expérience dans l'élaboration de stratégie de communication de projet similaire ou d'institution de gouvernance ou développement : - 2 expériences : 8 points - Entre 3 et 4 expériences : 10 points - Plus de 4 expériences : 15 points	15
<u>Critère 5 :</u> Expériences dans l'élaboration de plan de communication intégrant des outils innovants et digitaux ; - 2 expériences : 5 points - Entre 3 et 4 expériences : 8 points - Plus de 4 expériences : 10 points	10
<u>Critère 6 :</u> L'expérience dans le Community Management est un atout : 5 points	5
<u>Critère 7 :</u> Approche méthodologique : • Bonne compréhension de la mission : 15 points • Bonnes capacités rédactionnelles (en arabe et en français) : 10 points	25

8 – Livrables, planning et mode de paiement :

Pour la présente mission, les livrables et le mode de paiement sont décrits comme suit :

Livrables	Nombre de jours de travail par livrables	Deadline de finalisation des livrables	% de paiement
Livrable 1 : Un rapport présentant le diagnostic de la communication, l'identification des besoins en communication du projet et des Ilots d'intégrité	12 jours	19/03/2018	30%

Livrable 2 : Une stratégie de communication interne et externe du projet et des Ilots d'intégrité validée lors d'un atelier de restitution ¹	10 jours	04/09/2018	40%
Livrable 3 : Un plan de communication pour la durée restante du projet validé à travers un processus consultatif avec les partenaires	10 jours	23/04/2018	30%

Les livrables selon validées par la coordinatrice du projet. Les délais de validation sont estimés à 5 jours ouvrés.

9- Dépôt des candidatures :

Les candidat(e)s intéressé(e)s voudront bien adresser leur dossier de candidature en indiquant la référence du poste :

«NE PAS OUVRIR – PROJET

Renforcement de la redevabilité Publique en Tunisie : Recrutement d'un Consultant national pour l'élaboration d'une Stratégie de communication »

Les dossiers de candidature devront parvenir au plus tard le **09 février 2018 à 15h00** au Bureau du PNUD à l'adresse suivante :

L'attention de Monsieur le Représentant Résident du PNUD en Tunisie

41 bis, impasse Louis Braille – Avenue Louis Braille – Cité El Khadhra – 1003 Tunis, Tunisie

Tel : (216) 71 904 011 Fax : (216) 71 900 668

Les offres peuvent être soumises par courrier électronique à l'adresse suivante procurement.tn@undp.org. Les offres soumises par courrier électronique ne peuvent dépasser 2MB, doivent être exemptes de virus, à défaut de quoi elles seront rejetées. Les offres envoyées par courrier électronique doivent également parvenir au plus tard le **vendredi 09 février 2018 à 15h00**.

Les demandes de clarifications devront être envoyées à la même adresse électronique procurement.tn@undp.org et ce au plus tard le **02 février 2018**.

Seules les candidatures répondant aux critères susmentionnés seront prises en considération. Les candidatures féminines sont vivement encouragées.

¹ Le PNUD prendra en charge les frais d'organisation de cet atelier