TERMES DE REFERENCE

Recrutement d'un(e) consultant national(e) pour la l'assistance de la Cour des Comptes dans la finalisation et la mise en œuvre de sa stratégie de communication

1- Informations générales:

Type de contrat : Contrat individuel
Durée 45 h/jour et durée de 2 mois
Projet : « Une Cour des Comptes faisant la différence dans la vie des citoyens »
Date prévue de début de la mission : 26 février 2016

2- Contexte

La Constitution de la république tunisienne du 27 janvier 2014 a conféré à la Cour des Comptes le statut de juridiction financière et d'Institution supérieure de contrôle jouissant de l'indépendance organique et fonctionnelle. La Cour des comptes établit, désormais, un Rapport général annuel qu'elle transmet au Président de la République, au Président de l'Assemblée des représentants du peuple, au Chef du gouvernement et au Président du Conseil supérieur de la Magistrature. Ce rapport est rendu public. Elle peut le cas échéant, établir des rapports particuliers qui peuvent être publiés.

Pour mieux s'acquitter de ses missions, la Cour des comptes s'est engagée, ces dernières années, dans un processus de réforme visant notamment la consécration de son indépendance et l'amélioration de sa gestion et de ses procédures, nécessitant une forte mobilisation de ses membres et une ouverture sur son environnement national et international.

C'est dans cette optique que la Cour des Comptes a entamé la préparation de son plan stratégique et de sa stratégie de communication pour la période 2015-2019 et des plans d'action de leur exécution et de leur suivi.

Elle s'est fixée pour objectifs stratégiques de favoriser la bonne gouvernance dans le secteur public et de renforcer son positionnement parmi les institutions de l'Etat. Des axes de travail ont été arrêtés prévoyant notamment, le changement du cadre juridique concernant son organisation, la refonte de ses procédures, la mise en œuvre d'une programmation des missions de contrôle basée sur une stratégie à élaborer en la matière ainsi que la contribution et la présence accrues à l'échelle nationale et internationale.

Par ailleurs, grâce à sa nouvelle stratégie de communication, en phase avec les exigences des normes internationales, la Cour des comptes veut être CONNUE et RECONNUE. Le projet de stratégie de communication élaboré en interne par la cour des comptes pour la période 2015-2019 s'inscrit dans le cadre de la continuité par rapport à ce qui a été réalisé au niveau de la stratégie pour la période précédente, axée sur l'ouverture de la Cour et tenant compte des changements dans l'environnement dans lequel elle évolue. Elle décrit les objectifs, les résultats attendus, les parties prenantes, les moments et les canaux de communication.

Dans cette dynamique, la Cour des Comptes lance dans le cadre de son projet de coopération avec le PNUD une consultation pour bénéficier des services **d'un(e) consultant(e) spécialiste en matière d'élaboration et de mise en œuvre de stratégie de communication en vue de la finalisation du projet existant et de sa mise en œuvre.**

3- Objectifs

L'enjeu de toute stratégie de communication s'articule autour de quatre axes principaux : la transmission d'une information, l'expression d'une identité, l'action sur l'autre pour changer ses idées ou ses agissements et la création ou la consolidation de relations.

Pour répondre à cet enjeu, la Cour des Comptes a élaboré sa stratégie de communication avec l'objectif d'être connue et reconnue et de faire une différence dans la vie du citoyen Tunisien.

Elle est basée sur les objectifs suivants :

- *Objectif 1 : Communiquer la valeur et l'avantage de la Cour des comptes afin qu'elle soit connue, reconnue et qu'elle fasse une différence dans la vie du citoyen Tunisien.*
- *Objectif 2 : Instaurer un dialogue avec les parties prenantes*
- *Objectif 3 : Utiliser des instruments et outils de communication diversifiés et en phase avec les avancées technologiques*
- *Objectif 4 : Mettre en place une communication interne efficace qui permet la divulgation en temps réel de l'information au sein de la Cour*

En vue de maximiser l'impact de ses efforts de communication, des règles sont à observer. Ces règles seront inscrites dans un plan de communication contenant :

- Des activités organisées au moment opportun et menées en étroite coordination avec les formations de la Cour des comptes (Assemblée plénière, chambres, comié du rapport et de la programmation)
- Les différents canaux de communication identifiés. En effet, les mêmes informations seront présentées sous différents formats pour répondre aux besoins des multiples utilisateurs tels que le Parlement, le pouvoir exécutif, les citoyens, la société civile, les médias et autres.
- Les utilisateurs présumés et différents publics ciblés.
- Les messages conçus de manière à présenter un réel intérêt pour le(s) public(s) cible(s).

Les activités seront calibrées en tenant compte des ressources à mobiliser et de l'impact escompté.

Cette consultation aura pour objet de mener des actions qui traduisent l'engagement de la Cour des comptes vis-à-vis de la transparence et d'une communication efficace à démontrer à travers :

- La finalisation du projet existant de sa stratrégie de communication en tenant compte des attentes et besoins internes et ceux des parties prenantes en matière de communication et l'élaboration d'un plan de communication budgétisé et qui seront examinés par le comité de communication et approuvés par le Premier Président de la Cour des comptes.
- L'élaboration des outils opérationnels de communication.
- Accompagnement du comité de communication de la Cour des comptes pour les activités prioritaires de communication.

Le consultant exploitera les résultats des travaux déjà réalisés par la Cour des Comptes dans le cadre de l'élaboration de sa stratégie de communication couvrant la période 2015-2019 et proposera éventuellement des aménagements dans l'approche méthodologique de

l'élaboration du plan d'action permettant la concrétisation des orientations fixées par la stratégie de communication et de mesurer le degré de leur réalisation.

4. Tâches à accomplir

Le(a) consultant(e) devra accomplir les tâches ci-dessous indiquées de manière non limitative. Sa mission sera placée sous la supervision directe du comité de communication de la Cour des Comptes et du chef de projet en coordination avec le directeur national de projet.

1- Proposer à la Cour des comptes une méthodologie pour que le travail déjà réalisé par la Cour des Comptes dans le cadre de l'élaboration de sa stratégie de communication réponde d'une manière satisfaisante aux besoins internes du personnel de la Cour et externes de ses partenaires privilégiés. A cet effet, le(a) consultant(e) procèdera à une analyse de l'approche utilisée afin d'identifier les possibilités d'amélioration et de définir la méthodologie à adopter, la nature et l'étendue des travaux à mener.

2- Mener une enquête de perception auprès des principales parties prenantes externes et du personnel de la Cour.

3- Fournir l'assistance nécessaire à la Cour des comptes afin de réunir les conditions requises pour la mise en œuvre de sa stratégie. Cette assistance comprendra notamment.La conception d'un plan de communication comprenant :

- ✓ les objectifs généraux de communication, les groupes cibles, des objectifs spécifiques pour chaque groupe cible, en rapport avec les objectifs généraux
- ✓ Les activités de communicationqui qui seront organisées durant la période couverte par le plan de communication (une année) et qui seront détaillés par nature d'activité et responsables de l'organisation des activités.
- ✓ les outils de communication choisis : avec une description détaillée des avantages offerts par chaque support proposé (médias, événements, brochures, vidéos, etc...) compte tenu du contexte local.
- ✓ Les indicateurs de résultants Incluant des indicateurs de résultats qualitatifs et quantitatifs, et les dispositions relatives au retour d'information et les formulaires d'évaluation ou autres moyens utilisés pour obtenir le retour d'information.
- ✓ Les Ressources humaines et financières requises

4- La conception des outils et approches de communication adaptés à l'environnement interne et externe de la Cour des comptes

5- l'établissement des procédures pour veiller à ce que les approches proposées soient réellement et efficacement mises en œuvre dans le présent et à l'avenir.

6- la préparation des documents de synthèse des résultats.

Le(a) consultant(e) doit apporter tout le soin professionnel à la conduite et à la supervision des opérations lui incombant et la préparation des rapports y afférents. Il devra notamment veiller à ce que la méthodologie de planification sélectionnée soit la plus pertinente et la plus efficace.

Il (elle) devra collaborer avec l'expert chargé du plan stratégique afin de tenir compte des objectifs stratégiques et des besoins internes et externes identifiés en la matière.

Il est particulièrement signalé que le(a) consultant(e) est tenu au secret professionnel et ne doit d'aucune manière divulguer les informations obtenues au cours de sa mission à des tiers.

5. Produits attendus

- Une enquête de perception interne et externe de la cour des comptes
- Une stratégie de communication finalisée
- Un plan de communication mettant au mieux en avant la valeur et l'avantage de la Cour des comptes connue, reconnue et faisant une différence dans la vie du citoyen Tunisien.
- Des instruments de communication adaptés à l'environnement interne et externe de la cour des comptes
- Des procédures écrites permettant la mise en œuvre réelle des approches proposées dans le présent et à l'avenir

6. Echéances et calendrier d'exécution

La masse du travail du(de la) consultant(e) est estimée à 45h/j ouvrables et s'étalera selon un planning arrêté en commun accord entre la Cour des Comptes et le(a) consultant(e)après la date de signature du contrat sur une période de 2mois.

7. Compétences:

Compétences liées au PNUD

- Démontre son intégrité par le respect des valeurs et de l'éthique des Nations Unies;
- Promeut la vision, la mission et les buts stratégiques du PNUD et des Nations Unies;
- Respecte les différences culturelles, de genre, de religion, de race, d'âge et de nationalité.

Compétences liées au contrat :

- Aptitude au dialogue et à la négociation.
- Capacité à travailler dans un environnement multiculturel complexe.
- Capacité à travailler sous pression et de manière indépendante
- Capacité démontrée d'esprit critique, de créativité, de diplomatie, de flexibilité
- Excellente capacité en communication et en rédaction
- Bonnes capacités d'analyse et de synthèse

8. Profil recherché

Education : Avoir un Master ou un Doctorat en communication, en science de l'information et de communication, en science économique et sociale, ou discipline équivalente

Expérience :

- Avoir au moins une expérience en matière d'élaboration des stratégies et des plans opérationnels

- Avoir au moins une expérience de l'expérience en matière d'élaboration des outils de pilotage et/ou de communication opérationnels (instruments, approches, procédures, …)
- Avoir au moins une expérience en matière d'accompagnement pour la mise en œuvre de stratégies et de plans opérationnels

Langues requises : Maitrise de la langue française et arabe, la maitrise de la langque anglaise est souhaitée.

9. Livrables attendus

Phase	Activités	Livrable	Délais
1. Etats des lieux	- Etude de la stratégie de communication de la Cour des comptes - Mener une enquête de perception des : • Magistrats et greffiers de la Cour des comptes • Principales parties prenantes externes de la cour des comptes	Rapport des états des lieux et de l'enquête de perception	10 jours après la signature du contrat
2.Finalisation de la stratégie de communication	- Organisation d'atelier (s) pour : • La présentation du feed back de la phase1 • La discussion de la stratégie de communication - Finalisation de la stratégie suite aux résultats de l'atelier	Version validée de la stratégie de communication	10 jours après la validation du rapport de l'état des lieux
3.Elaboration du Plan de communication	Accompagnement du comité de communication de la Cour des comptes pour : - L'établissement d'un plan de communication - L'élaboration des outils opérationnels de communication (instruments, approches, procédures, …)	Version validée du plan de communication	15 jours après la validation de la stratégie de communication
4.Mise en place du plan de communication	Accompagnement du comité de communication de la Cour des comptes pour les activités prioritaires de communications	Rapport final de déroulement et recommandations	25 jours après la validation du plan de communication

10. Modalités de paiements

Livrable	Tranche à payer	Conditions du versement du paiement
Rapport des états des lieux et de l'enquête de perception	20%	Chaque tranche sera payée après validation du livrable correspondant
Version validée de la stratégie de communication de la Cour des comptes	20%	
Version validée du plan de communication de la Cour des comptes	30%	

Rapport final de déroulement et recommandations	30%	

11. Documents à soumettre

Les consultant(e)s individuel(le)s intéressé(e)s doivent soumettre les documents/informations suivants démontrant leurs qualifications :

1. Proposition Technique :

(i) expliquant pourquoi il est le meilleur candidat pour la mission ;
(ii) Fournir une méthodologie détaillée sur la façon dont il va aborder et mener chaque point de la mission, un chronogramme détaillé de la réalisation de la mission, un résumé des commentaires et des suggestions sur les termes de référence. La méthodologie ne doit pas dépasser 20 pages
(iii)- CV ou P11 : P11/CV incluant l'expérience acquise dans des projets similaire (indiquant, entre autres, son diplôme , son expérience en matière de formation et de brainstorming, en matière d'élaboration de stratégies et de plans de communication ainsi que les outils et procédures nécessaires pour leur mise en œuvre avec au moins 2 références (noms, email, N° de téléphone).

2. Proposition Financière

La proposition financière du consultant(e) devra être présentée en Dinars Tunisiens en hors taxes. La proposition doit donner un montant forfaitaire globale et le taux d'honoraire journalier.

12. L'Evaluation des soumissions

L'évaluation des offres se fera en deux étapes :
- évaluation des offres techniques
- évaluation financière des offres techniquement qualifiées

Le contrat sera attribué au soumissionnaire dont l'offre a été évaluée et déterminée à la fois comme:
a) recevable / compatible, conforme aux termes des référence / acceptable, et

"Recevable / compatible / acceptable» peut être défini comme répondant pleinement aux TDRs.

Critères spécifiques de la soumission
* Seuls les candidats ayant obtenus un minimum de 70 points seront considérés pour l'évaluation financière.
* Poids des critères financiers : 30%
* Note globale =(Note technique * 70%) + (Note financière * 30%)

Evaluation de l'offre technique (70% de la note globale)	***Points maximum***

Critère 1 : Avoir un Master ou un Doctorat en communication, en science de l'information et de communication, en science économique et sociale, ou discipline équivalente Master……7 Doctorat ……..10	10
Critère 2: La méthodologie de travail à présenter, son adéquation aux conditions et au calendrier du plan d'exécution - Les aspects importants de la tâche à accomplir ont-ils été traités de manière suffisamment détaillée ? …….. (7 points) - Le contenu de la tâche à accomplir est-il bien défini et correspond-il aux TOR?…….. (10 points) - La présentation est-elle claire et le déroulement des activités et la planification sont-ils cohérents, réalistes et garantissent-ils une réalisation efficace du projet ? …… (13 points)	30
Critère 3 : Avoir de l'expérience en matière d'élaboration des stratégies et des plans opérationnels 1 action ……10 2 actions……15 3 actions et plus……20	20
Critère 4 : Avoir de l'expérience en matière d'élaboration des outils de pilotage et/ou de communication opérationnels (instruments, approches, procédures, …) 1 action ……10 2 actions……15 3 actions et plus……20	20
Critère 5 : Avoir de l'expérience en matière d'accompagnement pour la mise en œuvre de stratégies et de plans opérationnels 1 action ……10 2 actions……15 3 actions et plus……20	20
Offre financière : 30% de la note globale	