



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



Termes de référence

Pour les services d'un Prestataire individuel (IC)

Expert (e) – stratégie de communication institutionnelle

I. Information sur le poste	
Intitulé de la mission :	Expert (e) – stratégie de communication institutionnelle N/A
Numéro du poste :	****
Type de contrat :	Individual Contract
Durée de la mission :	45 jours ouvrables de travail
Lieu d'affectation :	Alger
Département/Unité :	Laboratoire d'Accélération
Superviseurs :	Responsable de Cartographie des Solutions.
II. Contexte du Projet	
<p>Le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) a lancé cette année l'initiative « Accelerator Labs » (Laboratoires d'accélération) pour catalyser des solutions innovantes et relever les défis de développement complexes de notre époque. En se concentrant sur des idées novatrices, des itérations et des expérimentations rapides, le PNUD souhaite changer sa façon d'aborder la résolution de problèmes en Algérie.</p> <p>En mettant l'accent sur l'innovation, le PNUD veut changer sa manière de penser, de mettre en œuvre ses programmes et projets, d'investir et de gérer pour plus d'efficacité et d'efficience. L'apprentissage actif est un élément clé de notre travail quotidien, pour détecter des solutions pratiques, porteuses et à même de subvenir aux besoins essentiels des populations de sorte à « ne laisser personne de côté ». Les « Accelerator Labs » permettront de capitaliser des solutions développées par des individus pour résoudre leurs problèmes du moment. L'initiative est financée par la Coopération Allemande et la Fondation du Qatar pour le Développement, avec comme partenaires de mise en œuvre l'Agence Italienne de Coopération et la Fondation pour l'Innovation NESTA.</p> <p>La démarche suivie consiste à créer un réseau d'apprentissage pour tester de nouvelles méthodes de travail permettant de relever les défis de développement. De nouvelles approches sont proposées pour élaborer les programmes et projets de sorte à trouver des solutions innovantes aux défis complexes du développement. L'idée est de sortir des sentiers battus et d'envisager de ré-imaginer le développement pour le 21^e siècle.</p>	



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



A ce jour, 60 bureaux pilotes du PNUD à travers le monde sont parties prenantes de l'initiative de laboratoires d'accélération dont trois en Afrique du Nord (Algérie, Maroc, Tunisie).

Le cycle/ processus des « Laboratoires d'accélération », à l'instar de toute démarche d'innovation, se décompose en cinq (5) étapes à savoir : l'identification des problèmes, l'exploration des solutions/opportunités, la conception des projets, le test des solutions et la mise à l'échelle.

La complexité du développement engage le PNUD à aider les pays à trouver des solutions plus rapides et plus durables en vue de transformer son approche collective en introduisant de nouveaux protocoles, appuyés par des preuves et des pratiques qui accélèrent le test et la diffusion de solutions dans et entre les pays. Cela permettra à la communauté mondiale d'apprendre collectivement des connaissances et de l'ingéniosité locales à une vitesse et à une échelle telles que requises par nos sociétés et notre planète.

A travers cette initiative, le PNUD met l'innovation au cœur de son action et renforce son positionnement d'avant-garde dans le domaine de l'appui au développement des pays et la réalisation de l'Agenda 2030 des objectifs de développement durable (ODD).

III. Objet de la mission

Cette mission se concentre sur le développement des canaux de communication et du contenu pour informer et améliorer la participation et la contribution du gouvernement, celle du secteur privé et de la société civile mais primordialement celle des porteurs de solutions innovantes au sein des communautés locales.

Compétences :

L'expert(e) doit :

- Etre capable et enthousiaste à l'idée de concevoir et de communiquer sur toutes les activités du laboratoire, grâce à un engagement direct avec les communautés locales, les partenaires gouvernementaux, le secteur privé, la société civile, les médias et la collaboration à travers le réseau mondial des laboratoires.
- Avoir un penchant naturel pour l'interdisciplinarité, la mentalité transculturelle et l'expérience intersectorielle avec l'attraction cosmopolite pour la diversité.
- Etre motivé(e) par un fort sens de l'objectif et de l'engagement à faire bouger les choses avec un œil attentif à l'identification des opportunités émergentes et les tendances « à la pointe ».
- Etre ouvert(e) à la découverte et à l'exploration, capable d'articuler les apprentissages du terrain et les idées par le biais de la pensée visuelle, ouvert(e) à la sérendipité tout en



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



étant pragmatique et constructif(ve) dans l'élaboration et le développement de messages et de visuels pour un large éventail de publics.

- Etre à l'aise avec l'ambiguïté, capable de faire un zoom arrière pour le contexte et un zoom avant pour le contenu et l'exécution - précis dans la poursuite des objectifs, rapide à l'adaptation et à changer de cap si nécessaire.
- Etre curieux (se), décalé(e), un(e) communicateur(rice) naturel(le), à la pensée stratégique et un(e) designer avec talent qui comprend les systèmes, les bons et les mauvais, qui est capable de travailler en leur sein pour apporter des changements, tirer parti de la technologie pour étendre, améliorer et multiplier l'exploration, la découverte et l'exécution.
- Etre doué(e) pour le numérique et la maîtrise des outils qui souhaiterait faire partie d'une grande organisation mondiale présentant les valeurs des Nations Unies.

L'expert(e) aura pour objectifs de :

- 1. Concevoir et livrer une stratégie de communication pour le laboratoire d'accélération du PNUD Algérie.**
- 2. Renforcer l'image de marque (branding) et sensibilisation.**
 - a. Plan de campagne de sensibilisation au rôle du laboratoire.**
- 3. L'engagement de partenariat et travail à haute voix.**
 - a. Plan de communication avec les médias.**
 - b. Plan de communication numérique.**

Produits/services attendus :

Livrable 1 : Le document de la stratégie de communication institutionnelle du laboratoire.

Celui-ci contiendra :

Un narratif du rôle de l'initiative « laboratoire d'accélération » dans le large contexte du plan stratégique actuel. La stratégie de communication comprendra, entre autres, une mission, une vision, la compétence unique de cette initiative pour accélérer les progrès vers le développement et les objectifs de développement durable (ODD) à l'horizon de 2030, ses relations avec divers partenaires à la fois en interne (autres agences des Nations Unies, secteur du développement) et en externe (partenaires gouvernementaux, think tanks, secteur privé, fondations, médias, etc.), des messages clés ainsi que le cadre spécifique de l'initiative afin de répondre à des besoins très particuliers et l'étroite coordination avec le réseau des laboratoires d'accélération dans le monde afin de sensibiliser de manière proactive les principaux donateurs et les parties prenantes au rôle et aux résultats du laboratoire d'accélération dans le pays. Le document doit inclure les éléments suivants :

- 1 - Une introduction explicitant la démarche adoptée ;



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



- 2 - Une analyse du contexte de l'information, numérique et des médias ;
- 3 - Un diagnostic des ressources, dispositifs, organisation et des besoins du laboratoire en matière de communication ;
- 4 - Les axes stratégiques, les objectifs et les cibles ;
- 5 - Une courte présentation des 03 plans de communication (médias ; sensibilisation ; numérique) proposés et des actions qu'ils contiennent ;
- 6 - Les indicateurs globaux du suivi et évaluation de la mise en œuvre de la stratégie.

Livrable 2 : Plan de campagne de sensibilisation.

Conseiller et renforcer l'image du laboratoire en sa qualité de nouvelle façon du PNUD de travailler sur le développement, développer des messages convaincants pour différents canaux (communiqués de presse, médias sociaux, interviews vidéo, contenu web, support de présentation, rapports pour les donateurs, etc.), gérer la sensibilisation et l'engagement autour des demandes externes et internes. Soutenir le laboratoire du Bureau pays en adaptant les messages au contexte local et régional et en veillant à ce que tous les produits de communication soient bien présentés, axés sur les résultats, informatifs, clairs et concis. Le plan de campagne de sensibilisation au rôle du laboratoire doit inclure :

- 1 - Identification et analyse des groupes cibles de façon inclusive (porteurs de solutions, ONG, entrepreneurs, secteur privé, communautés isolées) ;
- 2 - La méthode et les objectifs de sensibilisation par cible ;
- 3 - Le type d'interventions à tenir et les canaux de sensibilisation en fonction du groupe-cible ;
- 4 - Les messages clés à adresser à chaque groupe-cible ;
- 5 - Types de support à développer ;
- 6 - Un cadre de suivi et d'évaluation des campagnes de sensibilisation ;
- 7 - Les maquettes des supports de sensibilisation.

Livrable 3 : Plan de communication avec les médias et plan de communication numérique.

Produire des contenus de communication innovants et créatifs et partager les résultats de l'exploration sur les tendances futures, les nouvelles méthodologies/approches, les partenariats potentiels, les opportunités de financement et autres au sein du PNUD et avec les partenaires. Produire des articles de blog et utiliser les plateformes du PNUD sur réseaux sociaux pour partager des idées, attirer des partenaires et aider à positionner le laboratoire d'accélération à l'avant-garde de l'exploration des nouvelles tendances et solutions. Accompagner toutes les activités liées au portefeuille de communications du laboratoire d'accélération.

a. Plan de communication avec les médias :

L'expert/e sera chargé/e de la formulation d'un plan de communication avec les médias devant contenir :

- 1 - L'identification des cibles par type de médias ;
- 2 - Les objectifs du plan de communication avec les médias en tenant compte de l'anticipation des



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



- risques et de la gestion des crises ;
- 3 - Les moyens de communication à mettre en œuvre ;
- 4 - La rédaction d'articles pour le blog ;
- 5 - Un cadre de suivi et évaluation.

b. Plan de communication numérique :

L'expert/e sera chargé/e de la formulation d'un plan de communication numérique devant contenir :

- 1 - Une évaluation de l'utilisation des moyens de communication numériques par le laboratoire d'accélération ;
- 2 - Les objectifs et les cibles du plan de communication numérique ;
- 3 - Des recommandations sur l'utilisation des nouvelles technologies de l'information dans la promotion des messages-clés et de l'identité du laboratoire ;
- 4 - Des recommandations sur l'utilisation des moyens de communication numérique à l'intérieur de l'institution (ex : emailing interne) ;
- 5 - Un cadre de suivi et évaluation du plan de communication numérique.

L'expert/e devra se concerter avec le bureau pays du PNUD pour l'Algérie et tout autre partenaire impliqué, pour se procurer les indications et la documentation nécessaire à la réalisation de ses livrables.

La stratégie, les plans, les supports, les messages-clés, les formations et la campagne de sensibilisation proposés par l'expert (e) seront discutés et validés a priori par le PNUD.

IV. Compétences

Compétences de base :

- Excellentes compétences en communication publique ;
- Jugement analytique et vision stratégique
- Grand sens de la responsabilité ;
- Avoir le sens de l'organisation et de la planification ;
- Travailler de manière autonome et concertée et initier des idées innovantes ;
- Montrer un sens d'adaptabilité et de sensibilité aux différentes cultures, genre, religions, nationalités et âges ;
- Connaissance des valeurs et principes du Système des Nations Unies.

Compétences liées à la fonction :

- Connaissances approfondies et l'expertise en matière de communication institutionnelle ;
- Maîtrise du fonctionnement des médias, des technologies numériques de l'information et de la communication et des outils de sensibilisation ;
- Très bonnes capacités d'analyse ;
- Être familier des réalités politiques et sociales algériennes ;



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



- Excellentes aptitudes en matière de communication écrite en français / l'arabe et l'anglais seraient un atout ;
- Bonne communication et relations interpersonnelles.

V. Qualifications

Education :	Master universitaire en communication, en droit, en sciences politiques, en journalisme, en relations publiques, en sciences sociales, en administration publique ou dans un domaine connexe.
Expérience :	<ul style="list-style-type: none"> - Un minimum de 05 ans d'expérience en matière de communication institutionnelle/publique et/ou de relation avec les médias ; - Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de stratégies de communication institutionnelle ; - Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de plan médias ; - Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de plan de sensibilisation et de conception de campagne de sensibilisation ou campagnes similaires ; - Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de plan de communication numérique ; - Expérience de travail antérieure avec le PNUD ou le système des Nations Unies et/ou avec l'administration publique seraient un atout.
Langues :	Parfaite maîtrise de la langue française, la maîtrise des langues arabe et anglaise seraient un atout.

VI – Modalités de recrutement

L'expert/e sera recruté/e pour la période du 01 février au 31 mars 2020 (à titre indicatif)

- Elle/il sera recruté/e à plein temps, d'un commun accord avec le PNUD ;
- Elle/il sera contracté/e par le PNUD Algérie.

VII- Documents constitutifs de l'offre

- 1- CV/P11 (annexe 4) dûment rempli et signé, incluant au moins 3 personnes de référence ;
- 2- IC Formulaire de confirmation d'intérêt et disponibilité ;



- 3- Note méthodologique expliquant l'approche développée dans la formulation de la stratégie de communication institutionnelle et des 03 plans médias-sensibilisation-numérique.
- 4- Un chronogramme indiquant les délais de réalisation des tâches et de soumission de chaque livrable.
- 5- Offre financière doit être forfaitaire pour la réalisation des tâches et des livrables liés au poste. Elle doit être exprimée en Dinar Algérien ou en dollars (pour les internationaux). L'offre financière devra être détaillée et inclura les honoraires pour les jours d'intervention ainsi que les éventuels frais occasionnés par la mission. Les frais de déplacements (transport et hébergement) liés à l'exécution de la mission seront à la charge du (de la) expert(e).

Livrables attendus	Montant de l'offre
Livrable 1 : Le document de la stratégie de communication institutionnelle du laboratoire.	40%
Livrable 2 : Plan de campagne de sensibilisation	20%
Livrable 3 : a) Plan de communication avec les médias ; b) Plan de communication numérique.	40%
Total	100%

VIII- Critères d'évaluation des offres

Les offres seront évaluées en deux étapes selon les critères suivants :

1. Evaluation technique

Le tableau des critères techniques :

Evaluation Technique*		Note* maximum
a.	Qualification académique : -Doctorat (10 Points) ; -Master en communication publique, sciences politiques, en journalisme, en relations publiques, en droit, en sciences sociales, en administration publique ou dans un domaine connexe (8 Points) ; -Licence (0 points)	10
b.	Note méthodologique expliquant l'approche développée dans la réalisation des termes de références.	15
c.	Un chronogramme indiquant les délais de réalisation des tâches et de soumission de chaque livrable	05
d.	05 ans d'expérience en Communication Institutionnelle/publique et/ou en relations avec les médias.	15
e.	Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de stratégies de communication institutionnelle ;	10
f.	Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de plan médias ;	05
g.	Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de plan de sensibilisation et de conception de campagnes ;	05
h.	Au minimum deux expériences réussies (avec justification) de formulation de plan de communication numérique et/ou d'évaluation de sites internet ;	05
i.	Expérience de travail antérieure avec le PNUD ou le système des Nations Unies et/ou de l'administration publique seraient un atout ;	05
j.	Aptitudes linguistiques : le français (4pt) / l'arabe et l'anglais seraient un atout (un bonus de 1 point pour la maîtrise de l'une des deux langues) ;	05
Total		70



Empowered lives.
Resilient nations.

Core investors:



Partners:



Les offres qualifiées ayant obtenues 70% à l'évaluation technique passeront à l'évaluation financière.

1. Evaluation financière :

Chaque offre financière (F) recevra une note financière (NF) calculée par comparaison avec l'offre financière la moins-disante (Fm) de la manière suivante : $NF=100 \times F_m / F$ (F étant le prix de l'offre financière).

Pour finir, les propositions seront classées en fonction de leurs notes technique (Nt) et financière (Nf) combinées, avec application des pondérations (70% pour la proposition technique ; 30% pour la proposition financière) ; pour aboutir à une note globale (NG).

Le marché sera adjugé à l'offre ayant obtenu la note globale (NG) pondérée la plus élevée tout en tenant compte des principes généraux du PNUD (coût et efficacité).

IX. Dépôt des candidatures

Les candidat(e)s intéressé(e)s voudront bien adresser leur lettre de candidature accompagnée d'un curriculum vitae détaillé en indiquant la référence du poste « Expert Communication institutionnelle _Laboratoire d'Accélération» à l'adresse suivante :

procurement.project.dz@undp.org

Seules les candidatures répondant aux critères susmentionnés seront prises en considération.