

REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE

Union – Discipline – Travail



**MINISTRE D'ETAT,
MINISTRE DE L'EMPLOI, DES AFFAIRES SOCIALES
ET DE LA SOLIDARITE**



**PROJET EMPLOI JEUNE ET DEVELOPPEMENT
DES COMPETENCES (PEJEDEC)**



**Financement Banque Mondiale
Don IDA H7340-CI**

**AVIS A MANIFESTATION D'INTERET N°S 53/DMP/2012
POUR LE RECRUTEMENT D'UN CABINET DE
COMMUNICATION POUR LE PEJEDEC**

A. CONTEXTE

Le Gouvernement de Côte d'Ivoire a obtenu un don de 50 millions de dollars américains de l'Association Internationale pour le Développement (IDA) du groupe de la Banque Mondiale, en vue du financement de la mise en œuvre du Projet Emploi Jeune et Développement des Compétences (PEJEDEC). Ce Projet vise à améliorer l'accès des jeunes ivoiriens à l'emploi en leur offrant des opportunités d'une première expérience professionnelle et/ou une formation professionnelle complémentaire adaptée aux besoins du marché de l'emploi.

Le Projet est coordonné par une Unité de Coordination placée sous la tutelle du Ministère d'Etat, Ministère de l'Emploi, des Affaires Sociales et de la Solidarité (MEMEASS). Les activités en faveur des bénéficiaires sont menées par des agences et partenaires d'exécution.

Le Projet comprend trois composantes:

- Composante 1 – Opportunités d'emplois temporaires
- Composante 2 - Développement des compétences et Aide à l'emploi
- Composante 3 – Renforcement de la capacité institutionnelle.

Pour faciliter la sensibilisation des populations cibles, bâtir la notoriété du projet, et communiquer sur les résultats obtenus par le Projet, l'Unité de Coordination du Projet sollicite l'appui technique d'un cabinet en vue de la mise en œuvre d'un programme de communication adéquat.

Le présent avis à manifestation d'intérêt vise à sélectionner un cabinet de communication qualifié pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie globale de communication du projet.

B. MISSION DU CABINET DE COMMUNICATION

B.1 - But de la mission :

Vulgariser et promouvoir auprès des populations, des jeunes, des acteurs et décideurs nationaux et internationaux, la contribution du PEJEDEC à l'amélioration de l'employabilité des jeunes ivoiriens sur la période 2012 - 2014.

B.2 - Objectif Principal de la mission :

Donner une grande visibilité au projet au niveau national et international en faisant mieux connaître ses objectifs ; ses procédures ; ses activités ; ses résultats, ses contraintes et ses défis.

B.3 - Objectifs spécifiques de la mission :

- Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication tenant compte de la spécificité des parties prenantes au projet ;
- Mobiliser les acteurs, décideurs nationaux et internationaux de tous les secteurs (public, privé, société civile, partenaires au développement) autour du projet ;
- Informer et orienter les jeunes de Côte d'Ivoire sur les opportunités offertes par le PEJEDEC et plus généralement sur la question de l'emploi en Côte d'Ivoire.

Les termes de référence détaillés de la mission peuvent être consultés dans les locaux du PEJEDEC ou téléchargés sur le site internet **www.pejedec.org**

C. DUREE DE LA MISSION

La mission du Cabinet de Communication va s'étendre **de la date de signature du contrat jusqu'à la date de clôture du projet prévue pour le 30 juin 2015**. Mais le contrat fera l'objet d'une évaluation chaque année après 12 mois d'exercice et ne sera reconduit que si l'exécution de la mission est jugée satisfaisante par l'Unité de Coordination du Projet et la Banque Mondiale.

D. QUALIFICATION DU CONSULTANT

Le Cabinet devra être une Agence-Conseil en communication agréée par le Conseil Supérieur de la Publicité (CSP). Il devra justifier d'au moins 3 (trois) références dans les prestations similaires au cours des dix dernières années.

Il devra également avoir :

- une expérience avérée (*prouvée par des attestations*) dans la conception et la production d'outils de communication pour le développement ;
- une expérience avérée (*prouvée par des attestations*) dans la conception et la mise en œuvre de plans de communication pour le développement (fournir à cet effet, les attestations et documents probants) ;
- une expérience avérée (*prouvée par des catalogues ou des press-book*) en matière de conception, de production et d'implémentation de campagne média

à travers les canaux classiques tels : média presse, media TV, média affichage, presse et hors média.

L'équipe du consultant devra comporter le personnel-clé suivant:

- un Chef d'équipe, spécialiste en communication de niveau minimum Bac+4 en communication ou marketing ayant une expérience professionnelle d'au moins cinq (5) ans en communication et ayant piloté au moins deux missions similaires pour des organismes/sociétés/structures d'envergure nationale ou internationale. (préciser les références) ;
- un Expert ayant une bonne connaissance du paysage médiatique, de niveau minimum BAC+3 en communication ou journalisme et ayant au moins trois (3) ans d'expérience ininterrompue dans la communication avec les médias ;
- un Designer-infographe, de niveau minimum Bac+2, ayant au moins trois (3) ans d'expérience professionnelle dans le domaine de l'infographie.

E. METHODE DE SELECTION DU CABINET

Le Cabinet sera recruté **selon la méthode de Qualification de Consultant (QC)**, conformément aux directives de l'IDA en matière de Sélection et Emploi des Consultants, édition janvier 2011.

F. SOUMISSION ET DOSSIER DE CANDIDATURE

Les expressions d'intérêt devront être formulées par écrit et les cabinets intéressés doivent fournir les informations indiquant qu'ils sont qualifiés pour exécuter la mission (*références du cabinet à l'étranger et en Côte d'Ivoire, références concernant l'exécution de missions similaires, curriculum vitae du personnel-clé, etc.*).

Les consultants intéressés peuvent obtenir des renseignements et éclaircissements aux jours ouvrables de 8 heures à 12 heures et de 15 heures à 18 heures, à l'adresse géographique et aux numéros de téléphone indiqués ci-dessous :

Unité de Coordination du Projet
Cocody II Plateaux, derrière le restaurant BMW
Rue K35, Villa 412
Tél : 22 411 184
Responsable du marché : TOUALY Hermann
E-mail : htoualy@pejedec.org

Les manifestations d'intérêt doivent être adressées au **Coordonnateur du PEJEDEC**, sous pli fermé, en quatre (4) exemplaires (1 original + 3 copies) portant clairement la mention suivante : « **AMI N° S 53/DMP/2012 – Manifestation d'intérêt pour le recrutement d'un cabinet de communication pour le PEJEDEC** », et déposées à l'adresse géographique indiquée ci-dessus **au plus tard le Vendredi 21 septembre 2012 à 10 heures**.

REPUBLIQUE DE COTE D'IVOIRE

Union – Discipline – Travail

**MINISTERE D'ETAT, MINISTERE DE L'EMPLOI, DES AFFAIRES SOCIALES
ET DE LA SOLIDARITE**

**PROJET EMPLOI JEUNE ET DEVELOPPEMENT
DES COMPETENCES (PEJEDEC)**



Don IDA (Banque Mondiale) H7340-CI

TERMES DE REFERENCE POUR LE RECRUTEMENT D'UN CABINET DE COMMUNICATION POUR LE PEJEDEC

Août 2012

A. CONTEXTE

Le Gouvernement de Côte d'Ivoire a obtenu un don de 50 millions de dollars américains de l'Association Internationale pour le Développement (IDA) du groupe de la Banque Mondiale, en vue du financement de la mise en œuvre du Projet Emploi Jeune et Développement des Compétences (PEJEDEC). Ce Projet vise à améliorer l'accès des jeunes ivoiriens à l'emploi en leur offrant des opportunités d'une première expérience professionnelle et/ou une formation professionnelle complémentaire adaptée aux besoins du marché de l'emploi.

Le Projet est coordonné par une Unité de Coordination placée sous la tutelle du Ministère d'Etat, Ministère de l'Emploi, des Affaires Sociales et de la Solidarité (MEMEASS). Les activités en faveur des bénéficiaires sont menées par des agences et partenaires d'exécution.

Le Projet comprend trois composantes:

- Composante 1 – Opportunités d'emplois temporaires
- Composante 2 - Développement des compétences et Aide à l'emploi;
- Composante 3 – Renforcement de la capacité institutionnelle.

Pour faciliter la sensibilisation des populations cibles, bâtir la notoriété du projet, et communiquer sur les résultats obtenus par le Projet, l'Unité de Coordination du Projet sollicite l'appui technique d'un cabinet en vue de la mise en œuvre d'un programme de communication adéquat.

Les présents termes de référence visent à servir de base à la sélection d'un cabinet de communication pour concevoir et mettre en œuvre une stratégie globale de communication du projet.

B. MISSION ET OBJECTIFS DU CABINET DE COMMUNICATION

B.1 - But de la Mission

Vulgariser et promouvoir auprès des populations, des jeunes, des acteurs et décideurs nationaux et internationaux, la contribution du PEJEDEC à l'amélioration de l'employabilité des jeunes ivoiriens sur la période 2012 - 2014.

B.2 - Objectif Principal de la Mission

Donner une grande visibilité au projet au niveau national et international en faisant mieux connaître ses objectifs ; ses procédures ; ses activités ; ses résultats, ses contraintes et ses défis.

B.3 - Objectifs spécifiques de la Mission

- Définir et mettre en œuvre une stratégie de communication tenant compte de la spécificité des parties prenantes au projet ;
- Mobiliser les acteurs, décideurs nationaux et internationaux de tous les secteurs (public, privé, société civile, partenaires au développement) autour du projet ;
- Informer et orienter les jeunes de Côte d'Ivoire sur les opportunités offertes par le PEJEDEC et plus généralement sur la question de l'emploi en Côte d'Ivoire

C. PRINCIPALES ACTIVITES A METTRE EN ŒUVRE

Sous la supervision de l'Unité de Coordination du Projet, le Cabinet de communication sera chargé de :

C.1- Elaborer un Plan de Communication détaillé du Projet.

- Identifier tous les groupes cibles à couvrir en matière de communication en tenant compte des objectifs du Projet et des potentiels bénéficiaires du Projet;
- Pour chaque groupe cible :
 - o Elaborer une stratégie spécifique de communication ;
 - o préciser les rôles de chaque institution ou intervenant dans la mise en œuvre efficiente de la stratégie de communication spécifique ;
 - o évaluer les moyens permettant de mettre en œuvre la stratégie de communication spécifique;
- Identifier les approches et outils appropriés qui peuvent faciliter la mobilisation des acteurs autour de la question de l'Emploi des jeunes, notamment :
 - o Les acteurs de la société civile ;
 - o Les opérateurs du secteur privé ;
 - o Les décideurs du secteur public (niveaux central et décentralisé) ;
 - o Les partenaires des organisations internationales d'aide au développement (les bilatéraux et les multilatéraux) ;
- Elaborer un plan exhaustif global de communication qui tienne compte :
 - o Des stratégies spécifiques identifiées pour chaque groupe cible, acteurs nationaux et partenaires au développement ;
 - o du chronogramme global de mise en œuvre du Projet ;
 - o des chronogrammes de mise en œuvre des plans d'Action et sous-projets des Agences et Partenaires d'exécution du Projet.

Pour chaque action/activité du plan de communication, préciser :

- o le vecteur de communication adapté ;
- o les biens et services à acquérir ;
- o les coûts unitaires et globaux ;
- o le calendrier d'exécution ;
- o le(s) responsable(s) de mise en œuvre ;
- o etc.

C.2- Mettre en œuvre les activités du plan de communication

A cet effet, le cabinet assurera entre autre, les tâches et responsabilités suivantes :

- développer des actions de relations publiques avec le monde de la communication, la société civile, le secteur privé, les agences gouvernementales, les partenaires au développement ;
- assurer de façon régulière, la rédaction et la publication d'articles et reportages des organes de presse et des médias impliqués dans les couvertures des activités du projet ;
- Assurer un benchmarking par la collecte d'informations de presse sur les autres structures intervenant dans le domaine de l'emploi jeune en Côte d'Ivoire et en Afrique ;
- Organiser la couverture médiatique de tous les événements majeurs de l'UCP, ainsi que ceux des Agences et Partenaires d'exécution ;
- Assurer l'organisation pratique et logistique de tous les événements de l'UCP, ainsi que ceux des Agences et Partenaires d'exécution ;
- Assurer la production et la diffusion des supports de communication audio, audiovisuel (émissions télé et radio ; magazines télé et radio, films institutionnels ; films documentaires, publiereportage, spots annonces, etc.) sur les bénéficiaires du PEJEDEC ; les activités et résultats du PEJEDEC, ainsi que sur les activités et résultats des agences et partenaires du PEJEDEC ;
- Assurer dans les journaux, magazines et autres supports écrits, la rédaction et la publication d'articles de presse, d'interviews et publiereportages sur les bénéficiaires du PEJEDEC ; les activités et résultats du PEJEDEC, ainsi que sur les activités et résultats des agences et partenaires du PEJEDEC ;
- Assurer sur les sites web d'information en ligne et les réseaux sociaux, la rédaction et la publication d'articles de presse, d'interviews et publiereportages sur les bénéficiaires du PEJEDEC ; les activités et résultats du PEJEDEC, ainsi que sur les activités et résultats des agences et partenaires du PEJEDEC ;
- Assurer la conception visuelle des supports d'information, de sensibilisation et de communication de masse, notamment les brochures d'information, dépliants, affiches, kakemonos, parapluies, tee-shirt, casquettes, polos, etc ;
- Organiser périodiquement des rencontres avec la presse pour communiquer sur les processus et résultats du PEJEDEC (conférence de presse, point de presse, etc.) et sur la question de l'emploi des jeunes de façon générale ;
- Concevoir un bulletin trimestriel d'informations électronique sur les activités et résultats du projet, notamment ;

- Assister l'UCP dans l'élaboration des Termes de références et les spécifications techniques des biens et services à acquérir par sous-traitance pour la mise en œuvre du plan de communication ;
- Apporter un appui à l'amélioration, la mise à jour et l'animation (forum de discussion) du Site Internet du Projet ;
- Améliorer le logotype du projet, sur la base du logo existant et une charte graphique (graphisme, typographie, code coloriel, mode d'utilisation, interdits) à décliner sur tous les supports de communication du projet;
- Exécuter toute autre activité prévue dans le plan de Communication.

C.3- Mettre régulièrement à jour le Plan de Communication

Le Cabinet proposera régulièrement à l'UCP des versions actualisées du Plan de Communication. Le Plan de Communication sera actualisé chaque fois que de besoin.

D. RESPONSABILITES

- L'UCP/PEJEDEC est Responsable de la communication du PEJEDEC devant la Banque Mondiale et l'Etat de Côte d'Ivoire ;
- Le Cabinet de Communication agit sous la responsabilité de l'UCP/PEJEDEC. De ce fait, aucune activité ne peut être mise en œuvre par le Cabinet de Communication sans l'accord préalable de l'UCP/PEJEDEC ;
- Le Cabinet de Communication est responsable devant l'UCP/PEJEDEC de l'exécution de toutes les activités mentionnées ci-dessus.

E. DUREE DE LA MISSION

La mission du Cabinet de Communication va s'étendre de la date de signature du contrat jusqu'à la date de clôture du projet prévue pour le 30 juin 2015.

Mais le contrat fera l'objet d'une évaluation chaque année après 12 mois d'exercice et ne sera reconduit que si l'exécution de la mission est jugée satisfaisante par l'Unité de Coordination du Projet et la Banque Mondiale.

F. MONTANT DU CONTRAT DU CABINET

Le montant initial du contrat de la Mission couvrira les besoins de financement des activités des 12 premiers mois (frais remboursables) majorés de la marge commerciale du Cabinet. Ce montant sera renégocié chaque année après 12 mois de mise en œuvre du contrat, si la prestation du Cabinet est jugée satisfaisante par le Coordonnateur du PEJEDEC, après Avis de la Banque Mondiale. Ce nouveau montant sera déterminé sur la base du Plan de Communication actualisé et comprenant les activités des 12 mois suivants dûment approuvé par le PEJEDEC.

G.EVALUATION DES PERFORMANCES DU CABINET

La performance du Cabinet de Communication sera évaluée sur la base de critères d'évaluation qui porteront sur les aspects ci-après :

1. Au niveau de la stratégie de communication

- La pertinence des stratégies spécifiques de communication pour chaque groupe cible identifié, eu égard aux résultats obtenus;
- La pertinence des rôles des institutions et intervenants dans la mise en œuvre de ces stratégies de communication spécifiques, eu égard au résultat obtenu;
- Le rapport qualité/coût des moyens mobilisés dans la mise en œuvre les stratégies spécifiques de communication;
- La disponibilité des outils et supports de communication adaptés à la mobilisation des acteurs de la société civile, des secteurs publics et privés autour de la question de l'emploi des jeunes;
- La disponibilité d'un plan exhaustif global de communication tenant compte des stratégies spécifiques identifiées et du chronogramme global de mise en œuvre du Projet dans toutes ses composantes.
- La disponibilité d'un Plan de Communication actualisé et annuel, etc.

2. Au niveau de la mise en œuvre du Plan de Communication :

- Le nombre d'action de communication de masse organisé en direction de la population générale et plus particulièrement des jeunes ;
- Le nombre d'action de relation publique organisé en direction de la société civile et du secteur privé ;
- Le nombre de rencontres organisées avec la presse nationale et internationale ;
- Le nombre d'évènements et cérémonies de l'UCP et des Agences et partenaires, couverts et médiatisés dans la presse écrite et sur les sites internet ;
- Le nombre d'évènements et cérémonies de l'UCP et des Agences et partenaires, couverts et diffusés aux Journaux télévisés (télévision nationale et chaînes internationales) et journaux parlés (radio) ;
- Le nombre de reportages télé et radio produits sur les bénéficiaires du PEJEDEC et diffusés à la télévision (télévision nationale et chaînes internationales) et à la radio (Chaînes nationales et internationales) ;

- Le nombre d'émissions et magazines télé et radio produits et diffusés portant sur les bénéficiaires, les activités et les résultats de l'UCP ;
- Le nombre et la qualité de films institutionnels, de films documentaires, de publiereportages produits et diffusés ;
- Le nombre d'interviews télé et radio produites et diffusées ;
- Le nombre et la qualité d'articles de presse, d'interviews et publiereportages, écrits et publiés dans les journaux et magazines ;
- Le nombre et la qualité d'articles de presse, d'interviews et publiereportages, écrits et publiés sur les sites web d'information en ligne et les réseaux sociaux ;
- Le nombre de foras de discussion organisés avec les jeunes en ligne (sur le site du PEJEDEC) ou physiquement ;
- Le nombre et la qualité de pressbook produits ;
- Le nombre de brochures d'information, dépliants, affiches, kakemonos, parapluies, tee-shirt, casquettes, polos, conçu dans les délais ;
- Le nombre et la qualité de bulletins trimestriels d'informations électronique conçus, produits et diffusés dans les délais;
- Le nombre et la qualité de Termes De Références et des spécifications techniques produits et soumis à l'UCP en vue de l'acquisition des biens et services nécessaires à la mise en œuvre du plan de communication ;
- Le nombre d'interventions technique en vue de l'amélioration et la mise à jour du site internet du Projet ;
- La disponibilité de la version améliorée du logotype du projet.

Tous ces indicateurs seront évalués par rapport aux prévisions contenues dans le Plan de Communication approuvé par le PEJEDEC.

H. QUALIFICATION DU CONSULTANT

Le cabinet devra être une Agence-Conseil en communication agréée par le Conseil Supérieur de la Publicité (CSP). Il devra justifier d'au moins trois(3) références dans les prestations similaires au cours des dix dernières années. Il devra également avoir :

- Une expérience avérée (prouvée par des attestations) dans la conception et la production d'outils de communication pour le développement ;
- Une expérience avérée (prouvée par les attestations) dans la conception et la mise en œuvre de plans de communication pour le développement ;
- une expérience avérée (prouvée par des catalogues ou des pressbook) en matière de conception, de production et d'implémentation de campagne

média à travers les canaux classiques tels : média presse, media TV, média affichage, presse et hors média.

L'équipe du consultant devra comporter le personnel-clé suivant:

- un Chef d'équipe, spécialiste en communication de niveau minimum Bac +4 en communication ou marketing ayant une expérience professionnelle d'au moins cinq (5) ans en communication et ayant piloté au moins deux missions similaires pour des organismes/sociétés/structures d'envergure nationale ou internationale (préciser les références) ;
- un Expert ayant une bonne connaissance du paysage médiatique. Niveau minimum BAC+3 en communication ou journalisme et ayant au moins trois (3) ans d'expérience ininterrompue dans la communication avec les médias ;
- un Designer-infographe, de niveau minimum Bac + 2, ayant au moins trois (3) ans d'expérience professionnelle dans le domaine de l'infographie.

I. METHODE DE SELECTION DU CABINET

Le cabinet sera recruté selon la méthode de Qualification du consultant (QC), conformément aux directives de l'IDA en matière de Sélection et Emploi des Consultants, édition janvier 2011.