



MINISTRE DES POSTES, DES TELECOMMUNICATIONS
ET DE L'ECONOMIE NUMERIQUE

PROJET D'ACCELERATION DE LA TRANSFORMATION
NUMERIQUE

UNITE DE COORDINATION DU PROJET

REPUBLIQUE DU CONGO

Unité*Travail*Progrès

Financement BIRD - Prêt n°9398-CG

**TERMES DE REFERENCE RELATIF AU RECRUTEMENT
DU SPECIALISTE EN COMMUNICATION DU PROJET
D'ACCELERATION DE LA TRANSFORMATION
NUMERIQUE (PATN)**

- Janvier 2025 -

I. Contexte et justification

Le développement d'une économie numérique forte et résiliente fait partie intégrante de la stratégie de diversification économique du Congo. Le Plan National de Développement (2022-2026) prévoit de favoriser un environnement favorable à la diversification économique sous l'impulsion du secteur privé, en particulier dans le secteur des technologies de l'information et de la communication.

Le Gouvernement s'est engagé à faire progresser la transformation numérique, en adoptant la stratégie nationale de développement de l'Economie Numérique « Vision Congo Digital 2025 » qui s'articule autour de trois piliers : e-Citoyen, e-Gouvernement et e-Business. Le ministère des Postes, des Télécommunications et de l'Economie Numérique (MPTEN) est chargé de mettre en œuvre cet agenda national de la transformation numérique.

Conformément à la « Vision Congo Digital 2025 », le Gouvernement représenté par le Ministère des Postes, des Télécommunications et de l'Economie Numérique (MPTEN) a reçu un financement de la Banque Internationale Pour la Reconstruction et le Développement (BIRD) dans le cadre du Projet d'Accélération de la Transformation Numérique (PATN).

Le projet vise à (i) accroître l'accès des populations mal desservies à l'Internet haut débit ; et (ii) améliorer la capacité secteur public à fournir des services publics numériques adaptés. Le projet, d'une durée de cinq (5) ans à compter de septembre 2022, comporte trois (3) composantes techniques interconnectées, et une composante pour la gestion du projet :

- **Composante 1** : Renforcer le cadre favorable à l'accélération de la transformation numérique. Cette composante vise à renforcer l'environnement juridique, réglementaire et institutionnel, améliorer la capacité des entités gouvernementales et équiper les fonctionnaires, les citoyens et les entreprises de compétences numériques pour l'adoption des services publics numériques.
- **Composante 2** : Développer la connectivité numérique haut débit et l'inclusion numérique. Cette composante permettra de réduire la fracture numérique en élargissant la couverture du réseau haut débit à des certaines zones défavorisées à travers une stratégie globale qui s'appuie sur l'approche de Mobilisation des Capitaux Privés (MCP). Cette composante visera également à soutenir la fourniture de connectivité aux entités gouvernementales et des prestataires publics de formation aux compétences numériques couvertes par le projet.
- **Composante 3** : Améliorer la prestation de services publics centrés sur les personnes et l'accès à ces services grâce au numérique. Cette composante vise à renforcer la

capacité du Gouvernement à améliorer la prestation et l'accès aux services publics numériques, ainsi qu'héberger et gérer des centres de données publics, tout en assurant des transactions numériques sécurisées. Elle vise également à soutenir la modernisation des services d'enregistrement d'Etat Civil en mettant en place les fondements institutionnels, réglementaires et techniques d'un système d'identification numérique.

Les présents termes de références ont pour but de servir de cadre de recrutement d'un Consultant expert en communication pour conduire la mission d'élaboration d'une stratégie, d'un plan de communication pour l'UCP et assister techniquement sa mise en application.

II. Mandat général

Placé sous l'autorité directe du Coordonnateur du Projet à qui il rend compte de ses activités, le Spécialiste en Communication (SCOM) du Projet d'Accélération de la Transformation Numérique (PATN) est responsable de toutes les activités relatives à la communication, à savoir :

- l'élaboration d'une stratégie de communication ;
- la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication du PATN ;
- la visibilité des activités du projet, la promotion de l'utilisation des informations numérique via le site web du projet.

Dans le cadre de l'exécution du projet, il travaille en étroite collaboration avec tous les autres membres de l'Unité de Gestion du Projet (UGP).

III. Description des principales tâches

Le Spécialiste en Communication travaillera en étroite collaboration avec les bénéficiaires du projet et assurera un transfert progressif de connaissance aux différentes parties prenantes.

De manière spécifique, le Spécialiste en Communication devra :

- développer et optimiser l'image du projet ;
- présenter le projet et ses réalisations en diffusant à travers tous les canaux de communication ;
- mettre en œuvre le plan de communication : il s'agira de définir et de dérouler les actions de communication qui prennent en compte la communication institutionnelle ;
- produire l'ensemble des contenus numériques et multimédia conformément à la stratégie de communication ;
- administrer et animer les comptes sociaux (Community management) ;

- participer à l'organisation des ateliers, des réunions et des campagnes de sensibilisation organisés dans le cadre des activités du PATN ;
- assurer le suivi du fonctionnement du site web du projet et sa mise à jour ;
- assurer la gestion des connaissances (créer, gérer, utiliser, partager, diffuser, et classer, l'information concernant les progrès, les effets et les difficultés du projet) ;
- assurer le suivi des activités confiées aux firmes ou aux consultants intervenants dans le domaine de la communication ;
- établir et maintenir des relations étroites avec les médias (locaux et internationaux). A ce titre, le SCOM sera chargé d'élaborer des communiqués de presse, de faciliter les interviews et de production des articles pour promouvoir la visibilité du projet ;
- préparer les rapports du projet sur le volet communication ;
- produire le bulletin d'information à publier périodiquement ;
- concevoir et réaliser les supports visuels tels que des affiches, des logos, des flyers, des brochures, des animations, etc. en utilisant des logiciels de création graphique ;
- contribuer à la mise en page des différents contenus (images, textes, infographie, vidéos, ...)
- participer à l'amélioration et à l'animation du site web du projet.

IV. Durée et lieu de la mission

Une période d'essai de six (6) mois sera accordée, au cours de laquelle le candidat devra produire :

- la stratégie de communication ;
- la conception et la mise en œuvre d'un plan de communication du PATN ;
- la visibilité des activités du projet, la promotion de l'utilisation des informations numérique via le site web du projet.

L'évaluation de ses performances au cours de cette période conditionnera sa confirmation au poste, après avis favorable de la Banque Mondiale.

La durée du contrat est de douze (12) mois à temps plein à partir de la date de signature du contrat. Le contrat pourra être renouvelé pendant la durée du projet, en fonction des résultats obtenus.

Le contrat à signer sera régi par le Code du travail de la République du Congo.

Le SCOM résidera à Brazzaville, mais il est appelé au besoin à se déplacer dans toutes les zones d'exécution du projet.

V. Profil du candidat

Le Spécialiste en Communication devra répondre au profil suivant :

- titulaire d'un diplôme supérieur (BAC + 3 au minimum) en science de l'information, en technique de communication, en communication digitale, en e-business et digitale marketing ;
- jouir d'une expérience professionnelle d'au moins cinq (05) ans en tant que chargé de communication ou de relation publique au sein d'un organisme public ou privé ;
- avoir une expérience d'au moins trois (03) ans dans la communication digitale ;
- avoir une expérience démontrée en conception digitale et en gestion de logiciels de montage vidéo, photo ou conception graphique (Adobe créative suite Photoshop, InDesign, etc.) ;
- une expérience professionnelle pertinente acquise dans un projet financé par la Banque Mondiale ou des bailleurs autres que cette dernière est un atout considérable ;
- avoir une excellente maîtrise écrite et orale du Français ;
- avoir une maîtrise écrite et orale de l'anglais serait un atout ;
- avoir d'excellentes qualités de communication (écrite et orale), d'information et de restitution (capacité rédactionnelle, d'analyse et de synthèse des données, et des retours des actions de communication pour ajuster les stratégies en continu) ;
- avoir une maîtrise de l'outil informatique courant : Word, Excel, Powerpoint, Internet, etc. ;
- être dynamique, méthodique et capable de travailler en équipe et sous pression ;
- être de bonne moralité et avoir la capacité de travailler en équipe et dans un milieu multiculturel ;
- sauf dans le cadre des exceptions prévues par la loi, les candidats ayant déjà été admis à faire valoir leurs droits à la retraite au moment de postuler ne seront pas retenus. Ceci vaudra aussi pour les candidats atteignant l'âge de la retraite, soit au moment du recrutement, soit avant la fin de la première année du contrat ;
- les candidatures des personnes ayant travaillé au sein d'une unité de gestion d'un projet financé par la Banque Mondiale dans lequel ont été relevées des dépenses inéligibles ou questionnables, sont désavantagées.

VI. Devoir de réserve et de confidentialité

Le SCOM du projet est soumis à une obligation de réserve. Il est astreint à la confidentialité, conformément à la réglementation en vigueur.

VII. Critères de performance

Les critères de performance suivants seront utilisés pour évaluer la performance du SCOM :

- l'élaboration d'une stratégie de communication mise en place ;
- la conception et la mise en œuvre du plan de communication transmis dans les délais et jugés acceptables par la Banque Mondiale ;
- la visibilité des activités du projet, la promotion de l'utilisation des informations numérique via le site web du projet prouve la performance du Spécialiste en Communication ;
- la qualité de la mise en œuvre des actions de communication ;
- la qualité des supports de communication produits ;
- la qualité du suivi et la synthèse des articles parus dans la presse ;
- la capacité à coordonner et suivre l'exécution des activités de communication.

Les performances du Spécialiste en Communication seront évaluées semestriellement par l'UCP sur la base du plan de travail convenu et des résultats attendus.

N°	Domaine	Critères de performance	Pondération
1	Stratégie de communication	Capacité à élaborer une stratégie de communication alignée sur les objectifs du projet.	10
		Pertinence des canaux de communication choisis en fonction du public cible et des messages à transmettre.	10
2	Qualité des contenus	Pertinence, clarté et attractivité des contenus créés (articles, publications sur les réseaux sociaux, vidéos, infographies, etc.).	5
		Capacité à adapter les messages aux différents canaux de communication.	5
3	Engagement et audience	Mesure de l'engagement des audiences (taux de clics, partages, commentaires, etc.) sur les contenus diffusés.	5
		Croissance et évolution de l'audience ou de la communauté sur les plateformes de communication.	5
4	Gestion des médias	Qualité des relations avec les médias : nombre de couvertures médiatiques, retombées positives, etc.	5
		Capacité à répondre efficacement aux demandes des médias et à gérer les relations presse.	5
5	Analyse des performances	Utilisation d'outils d'analyse pour évaluer l'impact des campagnes et des activités de communication.	5

N°	Domaine	Critères de performance	Pondération
		Capacité à interpréter les données pour optimiser les stratégies de communication.	5
6	Respect des délais	Respect des échéances fixées pour la création et la diffusion des contenus.	5
		Capacité à gérer les priorités et à travailler dans des délais serrés.	5
7	Adaptabilité et créativité	Capacité à travailler en équipe, à coordonner des projets transversaux et à influencer positivement les autres départements.	5
		Créativité dans la création de contenus et de campagnes originales.	5
8	Collaboration et gestion d'équipe	Capacité à travailler en équipe, à coordonner des projets transversaux et à influencer positivement les autres départements.	5
		Compétences en gestion d'équipe le cas échéant.	5
9	Image de marque	Impact sur la perception et l'image de marque du projet à travers les campagnes et les messages diffusés.	5
10	Feedback et amélioration continue	Réception et intégration des retours d'expérience pour améliorer les futures campagnes.	5

VIII. Méthode et procédure de sélection

Le recrutement se fera selon la procédure compétitive par appel à candidatures. Il comportera deux (2) phases : (i) une phase de présélection des candidats par l'établissement d'une liste restreinte des candidats les plus qualifiés pour le poste au regard de l'analyse de leurs CV ; (ii) une phase d'interview des candidats présélectionnés sur la liste restreinte. Seul(e)s le candidat(e)s présélectionné(e)s seront contacté(e)s.

Le candidat sera sélectionné en accord avec les procédures définies dans le Règlement de Passation des Marchés pour les Emprunteurs sollicitant le Financement des Projets (FPI) de la Banque Mondiale, Edition de juillet 2016, révisée en Novembre 2017, Août 2018, Novembre 2020 et Septembre 2023.

Les candidatures devront être déposées ou envoyées par voie électronique à l'attention du Coordonnateur du PATN.

Elles devront comprendre :

- une lettre de motivation ;

- un curriculum vitae actualisé et indiquant clairement les informations sur les expériences et les compétences en rapport avec la mission (mentionnant les qualifications et expériences pertinentes pour la mission, description des tâches réalisées dans des missions similaires) ;
- des copies certifiées conformes à l'original des diplômes et certificats ;
- une copie des contrats ou des attestations de bonne fin pour les prestations antérieures ;
- les références des anciens employeurs.