



# Termes de Référence pour la Révision de la Stratégie de Communication de GVTC

Lieu de travail : Kigali(Rwanda)

## Table des matières

I. Introduction .....	1
I.1.. Contexte .....	1
I.2.DEFIS COMMUNICATIONNELS DE GVTC .....	3
II. METHODOLOGIE : .....	3
III . CE QU'ON ATTEND DU/DE LA CONSULTANT(E) (RENDEMENTS) : .....	4
V. CONDITIONS DE TRAVAIL ET DUREE .....	5
VI. COMPOSANTES DE LA PROPOSITION & DATE LIMITE POUR SOUMISSIONNER .....	6

### I. Introduction

#### I.1.. Contexte

La Collaboration Transfrontalière du Grand Virunga (GVTC) , avec l'appui financier du Gouvernement du Royaume des Pays-Bas à travers le Project « Conserver le Grand Virunga » (CGV), désire examiner et

réviser sa stratégie de communication et chercher, pour ce faire, des consultants à même de remplir ces tâches.

GVTC est un Cadre de collaboration transfrontalière pour la mise en œuvre des Programmes et Activités de conservation afin de conserver un réseau d'Aires Protégées (APs) en République Démocratique du Congo (RDC), au Rwanda et en Ouganda Le Paysage du Grand Virunga(PGV/ image 1) est la partie la plus riche



9

du continent africain en termes d'espèces vertébrées. Le PGV est un abri pour quelque 5164 espèces de mammifères ( y compris 27 primates et 40 espèces d'ongulés), oiseaux, amphibiens, reptiles et plantes. Plus de 50% d'oiseaux, 39% de mammifères, 19% d'amphibiens et 14% de reptiles et plantes du Continent africain se trouvent dans cette région.

Cependant, le PGV fait face à un nombre des menaces et défis en matière de conservation, entre autres : la fragmentation du paysage comme résultat d'une haute pression humaine ; le braconnage et le trafic illégal de la faune et des ressources de la faune ; les conflits entre humain et aires protégées pour l'utilisation des ressources ; le ravage des récoltes par les animaux ; l'insécurité chronique et les conflits armés qui ont caractérisé cette région pendant une longue période ; un niveau élevé de pauvreté au sein des populations locales ; l'exploitation des ressources naturelles y compris les minerais, le pétrole et le gas ; des effets du changement climatique, etc. Les problèmes mis en évidence et les défis sont de nature transfrontalière et GVTC a été mise sur pied afin d'apporter des solutions à travers :

- Coordination et organisation des réunions des parties prenantes partenaires;
- Information et gestion de l'information/ centre de partage d'information (données)
- Courtage /médiation
- Suivi & évaluation
- Système d'alerte/ système d'alerte précoce
- Mise en œuvre de quelques interventions.

Afin que GVTC s'acquitte de ses rôles et responsabilités tels que stipulé dans son mandat ci-haut, il est impératif de disposer d'une stratégie de communication qui soit conforme avec les présentes demandes des parties prenantes. GVTC a un Chargé de Communication et dispose d'une Stratégie de communication (2011) datant de 10 ans. La Communication de GVTC est à la fois interne et externe, focalisée sur ses audiences. Par conséquent, il devrait être reconnu qu'une telle communication doit rencontrer au jour le jour les demandes croissantes des audiences. C'est dans cette optique que GVTC avait entrepris la diversification des matériaux de communication, en les adaptant aux audiences stratifiées. Une gamme d'activités, dont les détails seraient disponibles pour la réussite du prestataire, avait été conduite de 2014 à nos jours.

En 2015, GVTC a décidé d'intégrer le genre dans ses opérations et par conséquent les objectifs régionaux du genre doivent être intégrés dans la stratégie de communication révisée. L'intégration du genre dans la stratégie de communication vise à promouvoir une division des rôles équitable entre les femmes et les hommes. GVTC se cible elle-même pour représenter à la fois les hommes et les femmes d'une manière équitable dans la communication future. En guise d'indication pour cela, "UNESCO gender-sensitive indicators for media" sera utilisé. Au-delà de la représentation équitable des hommes et des femmes, GVTC a besoin de définir la manière d'aborder les lacunes en termes de genre, en mettant en évidence les bonnes pratiques au sujet du genre et la manière d'inspirer les organisations partenaires quant aux objectifs du genre.

La stratégie de communication sera partie intégrante du Centre d'excellence de GVTC et sera disponible en faveur de toutes les parties prenantes et pourra, de ce fait, changer la façon dont GVTC est perçue par ses partenaires.

## 1.2. Défis communicationnels de GVTC

Dans la pratique journalière, le département de communication fait face aux défis suivants :

1. GVTC est par nature une institution intergouvernementale faisant face à nombreux détails d'ordre technique et légal. Le style de sa communication est donc de nature plus technique, légale et gouvernementale et par conséquent pas facile à lire et à saisir pour de larges audiences ;
2. les langues de travail de GVTC sont l'Anglais et le Français. Toute communication importante est donnée dans les deux langues. Etant donné les contraintes budgétaires, il est difficile de toujours équilibrer la traduction & autres tâches de la communication pour le département de communication ;
3. Il y a un manque de bons matériaux visuels de communication. Des contraintes budgétaires (ou par manque d'attention pour les représentations visuelles) ont empêché d'engager de bons journalistes, équipe vidéo ou des photographes professionnels afin de réaliser une base de données attrayante de photos.
4. Comme organisation à plusieurs parties prenantes, les organisations partenaires ont diversifié leurs attentes vis-à-vis de GVTC, auxquelles GVTC peut ou ne pas répondre. Les recommandations au sujet de la communication de GVTC émises par les partenaires sont souvent conflictuelles et parfois non réalistes.
5. Jusque-là, la communication de GVTC s'est focalisée sur des récits expliquant l'origine de cette Institution : historique et contexte, des récits au sujet du Traité, des allocutions données par des autorités, etc. GVTC ne s'est pas encore investie dans la recherche pour trouver l'intérêt et le type de messages que ses diverses audiences souhaiteraient entendre d'elle.
6. L'actuel site web de GVTC semble avoir des lacunes et de ce fait, a besoin d'être amélioré.
7. Aspects relatifs au niveau et à l'ampleur de la mise en œuvre de la stratégie de communication de GVTC de 2011 : qu'est-ce qui a fonctionné ? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné ? Pourquoi est-il nécessaire de revoir cette stratégie maintenant ? Quels étaient les défis rencontrés pendant sa mise en œuvre ?
8. Aspects relatifs au genre ; c'est-à-dire pourquoi GVTC trouve-t-elle nécessaire de « genrer » sa stratégie de communication ?

## II. Méthodologie :

Sous la coordination du Chargé de Communication et la supervision du Secrétaire Exécutif de GVTC, la consultance vise à consolider la stratégie de communication de GVTC, en prenant en considération des documents de base la Stratégie de communication de GVTC de 2011, l'ébauche de la stratégie de communication révisée telle qu'élaborée par GVTC et des experts lors de l'atelier tenu à Goma, du 2 au 3 décembre 2014, à l'Hôtel Ihusi. Le consultant pourra définir une méthodologie cohérente en tenant compte de ce qui suit :

- Le consultant s'assurera que des recommandations pertinentes collectées lors des ateliers antérieurs sont incluses dans la stratégie consolidée pour plus d'efficacité ;
- Le consultant examinera aussi de manière critique les outils de communication utilisés par GVTC. Il pourra recueillir un feedback de la part des partenaires-clés sur les produits de GVTC tels que les rapports annuels, les dépliants, les calendriers, les bulletins, le site web, etc. Le consultant fera des recommandations et suggestions à GVTC qui seront intégrées dans la nouvelle stratégie de

communication y compris une indication sur les ressources requises ainsi que le cadre de suivi et évaluation de la mise en œuvre de cette stratégie.

- Le consultant donnera des conseils sur l'intégration des préoccupations relatives au genre dans la communication de GVTC.
- Une fois que les recommandations ont été compilées et intégrées dans la stratégie, le consultant facilitera un atelier de deux jours portant sur la validation de la stratégie, à Kigali(Rwanda), avec des partenaires de GVTC et autres experts en communication.

### **III . Ce qu'on attend du/de la consultant(e) (rendements) :**

Le rendement attendu du consultant se présente comme suit :

1. Une évaluation des résultats de la stratégie existante élaborée en 2011. Ceci sera fait en faisant rapport sur toutes les actions listées dans la stratégie de 2011, en évaluant le niveau de mise en œuvre en analysant les actions réalisées et non réalisées, les réussites et les défis, en expliquant leur contexte. Le document devra être rédigé en anglais ou en français.

2. Un document de la stratégie révisée, incluant un plan d'action et un cadre de suivi et évaluation basé sur :

a. les recommandations émises par les partenaires lors des ateliers susmentionnés ;

b. l'information recueillie auprès des partenaires-clés, information sur le genre tel que la stratégie de l'UNESCO portant sur le genre et le plan d'action basé sur le genre de GVTC .

3. le document de la nouvelle stratégie devrait au moins aborder les questions suivantes :

a. une liste détaillée des canaux de communication et outils à utiliser, incluant un nécessaire alignement entre partenaires sur les formats et les mises en page ;

b. une proposition pour les procédures de recommandation, alignement et prise de décision concernant les communications internes et externes sortantes ;

c. une proposition sur l'installation et la gestion du présent site web de GVTC ainsi que la stratégie des réseaux sociaux.

d. un budget détaillé et réaliste de toutes les actions et les rubriques proposées.

4. un brouillon (draft) du rapport

5. La facilitation de l'atelier de deux jours avec des parties prenantes pertinentes pour la validation de la nouvelle stratégie de communication.

6. Un rapport final et le document de stratégie rédigés en anglais et en français.

### **IV. Exigences pour ce poste de consultance**

L'expert(e) en communication et facilitateur (trice) de la stratégie de communication

(1) devra avoir un diplôme de Master ( avec un minimum de 5 ans d'études de licence) ou un doctorat (PhD) en communication. La preuve de cette qualification sera attestée en soumettant des documents académiques accompagnant l'offre de services.

(2) devra avoir une expérience avérée dans l'élaboration de stratégies de communication.

(3) devra avoir une expérience avérée dans la gestion des médias traditionnels (imprimé, diffusion radio & TV,)

(4) fera preuve d'un niveau d'intégrité élevé, une forte orientation vers les résultats, un souci porté vers l'excellence et auto-motivé

(5) Une expérience en lien avec les politiques de conservation des aires protégées dans le Paysage du Grand Virunga (RDC, Rwanda & Ouganda) sera considérée comme un avantage. Le/la consultant(e) donnera des preuves des tâches antérieures où il(elle) a travaillé dans le coaching, rôle de mentor, assistant les départements de communication pour améliorer leurs prestations.

(6)le/la consultant(e) aura aussi besoin de prouver qu'il/elle a une expérience avérée dans le domaine de la communication et du genre.

## **V. Conditions de travail et durée**

Le/la consultant(e) en communication & facilitateur(trice) de la stratégie de communication de GVTC réalisera ses prestations dans les bureaux du Quartier Général de GVTC, à Kigali (Rwanda) ou dans un autre bureau de son choix, dans les trois pays membres de GVTC (RDC, Rwanda & Ouganda), après que les parties se soient accordées sur les conditions et modalités de travail.

Le/la consultant(e) qui décide de travailler en dehors des bureaux de GVTC pour la réalisation de ses prestations couvrira lui/elle-même les frais de voyage( par route ou par avion) toutes les fois qu'il/elle voudra atteindre les bureaux de GVTC pour la réalisation de la mission de consultance.

Il sera fourni au consultant/ à la consultante des documents de travail à la fois en anglais et en français pour un usage confidentiel.

Le/la consultant(e) aura accès à d'autres matériaux de communication de GVTC, documents imprimés, matériels promotionnels, messages institutionnels à travers le site web et réseaux sociaux.

Les produits de la consultance seront une partie intégrante du patrimoine de GVTC, spécialement le document final de la stratégie de communication révisée.

La durée de la consultance est de 20(vingt) jours ouvrables pour compiler les rapports et rédiger le document final de la stratégie de communication. En se basant sur le document final (stratégie de communication) qui sera remis à GVTC, 5(cinq) jours ouvrables seront ajoutés à la durée pour faciliter l'atelier visant la validation du document final par GVTC et partenaires. Cet atelier sera convoqué par GVTC et facilité par le/la consultant(e).

## VI. Composantes de la proposition & date limite pour soumissionner

La proposition comprendra les composantes suivantes :

- Un CV + lettre de motivation
- Tout autre document attestant la qualification et l'expérience du /de la candidat(e) (certificats, attestation de services rendus, preuves d'expérience professionnelle, titres académiques, etc.)
- Une brève présentation (une ou deux pages/MS Word ou Excel) du coût de la consultance (compilation des rapports, exploitation des matériaux de communication de GVTC et leur intégration dans le rapport ; rédaction du document final pour la stratégie de la communication, facilitation de l'atelier de validation pendant deux jours à Kigali (Rwanda).

Les candidat(e)s intéressé(e)s et qui désirent postuler enverront leurs propositions électroniques en anglais ou en français aux Quartiers Généraux de GVTC à travers les adresses-emails suivantes :

[pruhumuliza@greatervirunga.org](mailto:pruhumuliza@greatervirunga.org)

[gkyomuhendo@greatervirunga.org](mailto:gkyomuhendo@greatervirunga.org)

[gmuamba14@gmail.com](mailto:gmuamba14@gmail.com)

En copiant [ymbuhendwa@greatervirunga.org](mailto:ymbuhendwa@greatervirunga.org)

Les propositions devront être envoyées aux adresses précitées avant le **4 Mai 2017 à 17heures** (heure locale du Rwanda).

LES CANDIDATS FEMININS SONT VIVEMENT ENCOURAGEES A POSTUER !

Seuls les candidats présélectionnés seront contactés.

Fait à Kigali, le 13 Avril 2017

Dr MUAMBA TSHIBASU Georges



Secrétaire Exécutif

