

## Recrutement d'une agence de communication pour l'élaboration de la stratégie de communication de l'Unité de Coordination du Partenariat de Ouagadougou (UCPO)

### Termes de référence

<b>Type de contrat</b>	Prestation de service
<b>Durée de la mission</b>	8 semaines

### A propos de l'Unité de Coordination du Partenariat de Ouagadougou

Le Partenariat de Ouagadougou a été lancé lors de la conférence régionale sur la population, le développement et la planification familiale tenue à Ouagadougou, Burkina Faso, en février 2011 par les neuf gouvernements des pays francophones de l'Afrique de l'Ouest, dans le but d'accélérer les progrès de l'utilisation des services de planification familiale au Bénin, au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, en Guinée, au Mali, en Mauritanie, au Niger, au Sénégal et au Togo.

Le Partenariat de Ouagadougou repose sur deux principes :

- une meilleure coordination des bailleurs de fonds pour maximiser le soutien aux pays
- la collaboration et la coopération nationale et régionale pour répondre aux besoins non satisfaits en matière de planification familiale.

La mission de l'Unité de Coordination est de : (1) faciliter les processus du Partenariat ; (2) aider les pays à compléter, réviser et renouveler régulièrement leurs Plans d'Action Nationaux Budgétisés (PANB) ; (3) assister les pays dans la mise en œuvre des plans et le plaidoyer pour mobiliser des ressources pour leurs PANB ; (4) suivre les progrès par rapport aux objectifs ; et (5) partager l'information à l'intérieur et à l'extérieur du Partenariat. Son Unité de Coordination, basée à Dakar, au Sénégal, est chargée de coordonner les actions et les relations entre les bailleurs et les pays afin d'atteindre les objectifs du Partenariat, notamment augmenter le nombre de femmes utilisatrices de méthodes contraceptives modernes et d'atteindre un total de 13 millions d'utilisatrices d'ici 2030.

L'Unité de Coordination du Partenariat de Ouagadougou (UCPO), basée à Dakar et hébergée par Speak Up Africa, joue un rôle central dans la coordination, le plaidoyer, la redevabilité et la capitalisation des connaissances au sein du Partenariat.

À l'horizon 2025, le PO entre dans une nouvelle phase stratégique à travers sa stratégie « au-delà de 2025 », caractérisée par une transformation de son positionnement et de ses priorités. Cette stratégie marque une évolution majeure vers :

- un rôle renforcé de l'UCPO comme catalyseur régional,
- un accent accru sur la durabilité financière et l'appropriation nationale,

- une intégration systématique des enjeux d'équité, de genre et de résilience,
- une prise en compte des contextes humanitaires, sécuritaires et climatiques,
- un renforcement du leadership des jeunes et de la redevabilité.

Dans ce contexte, la communication devient un levier stratégique essentiel pour :

- soutenir le plaidoyer politique,
- influencer les politiques et les leaders,
- renforcer la coordination régionale,
- valoriser les résultats et impacts,
- améliorer la circulation de l'information,
- innover,
- bâtir de nouveaux partenariats, politiques, techniques et financiers
- et consolider le positionnement du PO comme plateforme régionale de référence.

L'UCPO souhaite aligner sa communication avec ses priorités stratégiques dans une approche transformative et axé vers l'impact. Dans cette perspective, elle envisage d'élaborer une stratégie de communication globale, claire et opérationnelle. C'est dans ce cadre que le présent appel à manifestation d'intérêt est lancé pour recruter un cabinet (local, africain ou international) spécialisé dans l'élaboration de stratégie de communication clé en main.

## Objectifs de la mission de consultance

### Objectif général

Élaborer une stratégie de communication intégrée, alignée avec la stratégie « Au-delà de 2025 », permettant de renforcer le rôle de l'UCPO comme catalyseur régional visionnaire, plateforme de plaidoyer, d'innovation, de coordination et de production de connaissances.

### Objectifs spécifiques

La mission vise à :

- Réaliser un diagnostic complet de la communication actuelle de l'UCPO
- Clarifier le positionnement stratégique et narratif de l'UCPO
- Transformer la fonction communication de façon à gagner en influence
- Traduire les priorités stratégiques du PO en axes de communication structurés
- Développer une stratégie de communication interne et externe cohérente
- Renforcer les dimensions de plaidoyer et de visibilité
- Structurer la communication autour des piliers stratégiques du PO
- Proposer un plan d'action opérationnel directement exploitable
- Définir un cadre de suivi et d'évaluation de la performance

## Livrables

Le cabinet retenu devra produire les livrables suivants, en veillant à leur qualité, leur clarté opérationnelle et leur alignement avec les priorités stratégiques du Partenariat de Ouagadougou.

## I. Rapport de diagnostic stratégique

Ce livrable constituera une base analytique solide pour l'élaboration de la stratégie.

Il devra inclure :

- Une analyse des pratiques actuelles de communication (interne et externe)
- Une analyse des outils et canaux existants (digitaux, médias, supports institutionnels, etc.)
- Une évaluation de la visibilité, de la notoriété et du positionnement de l'UCPO
- Une analyse de la circulation de l'information entre les différentes parties prenantes
- Une cartographie détaillée des publics cibles, incluant leurs attentes, besoins et niveaux d'engagement
- Une analyse des perceptions des partenaires (gouvernements, bailleurs, OSC, jeunes, etc.)
- Une analyse SWOT (forces, faiblesses, opportunités, menaces)
- Une identification des écarts entre les pratiques actuelles et les ambitions de la stratégie Beyond 2025.
- Une analyse de l'intégration de l'approche genre dans la communication de l'UCPO

## II. Cadre stratégique de communication

Le cabinet devra produire un document stratégique structurant, comprenant :

- Une clarification du positionnement institutionnel de l'UCPO
- Une proposition de valeur ajoutée
- Une définition claire des objectifs de communication à court, moyen et long terme
- Un cadre conceptuel reliant communication et piliers stratégiques du PO
- Une articulation entre communication, plaidoyer, coordination et gestion des connaissances
- L'intégration de la théorie de changement appliquée à la stratégie de communication

## III. Narratif stratégique et messages clés

Le cabinet devra développer un narratif cohérent, différenciant et mobilisateur.

Ce livrable devra inclure :

- Une proposition de narratif global du Partenariat de Ouagadougou
- Une déclinaison du narratif selon les piliers stratégiques
- Des messages clés adaptés à chaque audience (bailleurs, gouvernements, jeunes, OSC, médias, etc.)
- Des éléments de langage harmonisés pour les prises de parole institutionnelles

## IV. Stratégie de communication intégrée

Le cabinet devra proposer une stratégie complète, incluant :

a) *Communication externe*

- Positionnement médiatique
- Relations presse et influence
- Communication digitale (réseaux sociaux, web)
- Communication institutionnelle

*b) Communication interne*

- Circulation de l'information
- Outils collaboratifs
- Alignement des parties prenantes
- Renforcement de la cohérence interne

*c) Communication de plaidoyer et d'influence*

- Stratégies d'engagement des décideurs, partenaires historiques
- Stratégies de recrutement de nouveaux partenaires techniques et financiers
- Production de contenus à forte valeur stratégique
- Appui aux moments clés (réunions ministérielles, événements internationaux, etc.)

*d) Communication de gestion des connaissances*

- Valorisation des données et des preuves
- Capitalisation des bonnes pratiques, leçons apprises, trucs et astuces, chiffres clés, etc.
- Diffusion des apprentissages régionaux,

*e) Gestion de l'image et de la réputation*

- Le cabinet devra intégrer dans la stratégie de communication un volet dédié à la gestion proactive et réactive de l'image et de la réputation de l'UCPO, en particulier dans des contextes de réponse rapide.

V. Plan de communication budgétisé

Le cabinet devra fournir un plan détaillé permettant une mise en œuvre immédiate.

Ce plan devra inclure :

- Les objectifs de communication opérationnels
- Les activités détaillées et priorisées
- Les publics cibles pour chaque activité et le message à eux adressé
- Les canaux et outils recommandés
- Un calendrier de mise en œuvre (24 mois)
- Une estimation budgétaire indicative
- Une répartition claire des rôles (UCPO partenaires)

Le plan devra être réaliste, priorisé et adaptable au contexte régional.

VI. Cadre de suivi, évaluation et apprentissage

Le cabinet devra proposer un dispositif robuste de suivi de la performance.

Ce livrable devra inclure :

- Des indicateurs de performance (KPI) adaptés aux objectifs :
  - visibilité
  - engagement
  - influence politique
  - mobilisation des ressources
- Des outils de suivi (dashboards, reporting, analytics)
- Des mécanismes de collecte et d'analyse des données

- Un cadre de reporting périodique
- Une approche d'apprentissage continu et d'adaptation

## VII. Des recommandations

**Nota bene : Tous les documents doivent être disponible en anglais et en français.**

### Exigences de la proposition

L'UCPO sollicite une proposition comprenant les éléments suivants :

- Une expérience avérée en communication stratégique.
- Des références de travaux similaires
- Une expérience en médias numériques, incluant l'animation des réseaux sociaux et la gestion de plateformes en ligne.
- Une équipe multilingue (maîtrise de l'anglais et du français souhaitée).

### Critères d'évaluation

Les propositions seront évaluées sur la base de :

- Pertinence de l'expérience (30 %)
- Méthodologie et approche proposées (30 %)
- Rapport coût-efficacité (20 %)
- Expertise de l'équipe (20 %)

### Dossier de soumission

- Profil de l'agence et expériences pertinentes.
- Proposition technique décrivant l'approche, la méthodologie et le calendrier.
- Proposition financière détaillant la ventilation du budget.
- Composition de l'équipe et CV des principaux membres.
- Exemples de travaux réalisés sur des projets similaires.

Les offres doivent être soumises **au plus tard le 3 juin 2026** à [talent@speakupafrika.org](mailto:talent@speakupafrika.org) avec copie à [csambe@partenariatouaga.org](mailto:csambe@partenariatouaga.org).

### Ethique et Safeguarding

Speak Up Africa s'engage à veiller à ce que toutes les personnes avec lesquelles nous entrons en contact dans le cadre de notre travail, qu'il s'agisse de membres de l'équipe, de membres de la communauté, de participants aux programmes ou d'autres personnes, soient traitées avec respect et dignité. Nous nous engageons à respecter les principes fondamentaux relatifs à la prévention de l'exploitation et des abus sexuels énoncés par le Secrétaire Général des

Nations Unies. Nous ne tolérerons pas la maltraitance des enfants, l'exploitation sexuelle, les abus ou le harcèlement de la part ou à l'encontre des membres de notre équipe. Dans le cadre de notre engagement en faveur d'un environnement de travail sûr et inclusif, les membres de l'équipe doivent se comporter de manière professionnelle, respecter les lois et coutumes locales et adhérer en permanence au code de conduite et aux valeurs de Speak Up Africa.

### **Diversité, équité et inclusion**

La réalisation de notre mission commence par la façon dont nous constituons notre équipe et travaillons ensemble. En nous engageant à enrichir notre organisation de personnes d'origines, de croyances, de milieux et de modes de pensée différents, nous sommes mieux à même de tirer parti de la puissance collective de nos équipes et de relever les défis les plus complexes du monde. Nous nous efforçons d'instaurer une culture de confiance et de respect, où chacun apporte son point de vue et son authenticité, réalise son potentiel en tant qu'individu et en tant qu'équipe, et collabore pour accomplir un travail de qualité.