



# **TERMES DE REFERENCE POUR LE RECRUTEMENT D'UN CONSULTANT INDIVIDUEL POUR L'ETUDE D'IMAGE SUR L'INSTITUT 2iE ET DE L'ELABORATION D'UNE STRATEGIE ET D'UN PLAN DE COMMUNICATION QUINQUENNAL 2021-2025**

## **I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION**

L'Institut International d'Ingénierie de l'Eau et de l'Environnement (2iE), issu de la fusion des groupes EIER –ETSHER poursuit depuis sa création en 1968 sa mission de répondre aux besoins en ressources humaines qualifiées et en innovations technologiques du continent africain par la formation et la recherche appliquée dans les domaines de l'Eau, de l'Assainissement, des aménagements hydroagricoles, de l'Energie, de l'Environnement, du Génie Civil. Au gré de son évolution, 2iE a connu des crises inhérentes à toute structure en croissance, qui ont quelque peu impacté son image. Par ailleurs, le contexte actuel de mondialisation, de développement académique, scientifique et technologique, de concurrence, ainsi que la nouvelle vision de 2iE déclinée dans son plan d'orientation stratégique 2021-2025 commandent un redimensionnement et une réorientation de sa stratégie de communication.

Ainsi, l'Institut 2iE décide de faire une analyse de son image et de se doter d'une stratégie et d'un plan de communication à portée régionale et internationale sur cinq (05) ans qui lui permettra de :

- Renforcer son image et accroître son attractivité en Afrique et à l'international
- Redéfinir son public cible en Afrique et à l'international
- Augmenter ses effectifs
- Améliorer la communication interne
- Renforcer son statut de Centre d'excellence de référence en Afrique et à l'international, socialement responsable, leader dans les domaines de la formation, de la recherche et de l'innovation contribuant de manière significative au développement économique et social du continent africain.

Cette décision justifie les présents termes de référence portant sur le recrutement d'un consultant chargé de l'étude d'image sur l'Institut 2iE et de la rédaction d'une stratégie et un plan de communication quinquennal.

## **II. OBJECTIFS DE L'ETUDE**

L'objectif principal de cette étude est de faire un état des lieux sur la perception qu'a le public sur l'Institut 2iE afin d'exploiter au mieux ses forces et de transformer ses faiblesses en atouts à travers l'élaboration d'une stratégie et d'un plan de communication quinquennaux efficaces.

Cette étude vise une meilleure attractivité de l'Institut 2iE et s'inscrit dans le cadre de l'opérationnalisation du plan d'orientation stratégique 2020-2024 dans un contexte de mondialisation marqué par un important développement académique, scientifique et technologique et par une concurrence de plus en plus exacerbée.

Elle devra permettre de :

- Proposer des solutions et formuler des recommandations fortes visant à améliorer l'image de l'Institut 2iE en Afrique et à l'international
- Redéfinir le public-cible de l'Institut 2iE en Afrique et à l'international
- Renforcer le rayonnement régional et international de l'Institut
- Proposer des canaux et méthodes de communication pertinents
- Proposer une stratégie et un manuel de procédures communication

Les objectifs spécifiques se déclinent comme suit :

- Réaliser une étude d'image sur l'Institut 2iE qui permettra de faire un état des lieux de la perception des différentes cibles (étudiants, apprenants, alumni, parents d'élèves, secteur public, secteur privé, partenaires, personnel...) vis-à-vis de l'Institut 2iE et établir ainsi le diagnostic initial qui va sous-tendre à la définition de la stratégie et du plan de communication quinquennal
- Elaborer une stratégie de communication externe et interne à travers une analyse de la situation actuelle, une description des éléments de stratégie (fondements, vision...), une déclinaison des orientations stratégiques et un dispositif de suivi-évaluation.
- Élaborer un plan de communication quinquennal y compris l'évaluation budgétaire du dit plan.

### **III. RESULTATS ATTENDUS**

A l'issue de la réflexion du consultant, une stratégie et un plan de communication efficace est proposée sur 5 ans.

A cet effet, il est attendu du consultant :

- des solutions visant à améliorer l'image sont décrites et proposées à 2iE
- le public cible en terme de communication à l'échelon national et international de 2iE est connu
- le rayonnement international et régional de 2iE est renforcé avec plus de pays de provenance des étudiants
- les canaux et méthodes de communication pertinents sont proposés et correspondent aux meilleurs standards pour toucher le public ciblé
- un manuel de procédures de communication est proposé

### **IV. METHODOLOGIE**

Sous l'autorité du Directeur Général de 2iE et la supervision directe de la Responsable des relations internationales et de la communication, le consultant effectuera l'étude suivant la programmation ci-dessous :

- rédiger une note méthodologique sur l'élaboration de la stratégie de communication et la production des indicateurs
- Faire une revue documentaire sur les études effectuées
- Proposer des outils et supports de collecte de données harmonisées
- Organiser une rencontre de cadrage avec la Direction Générale lors du démarrage de la mission avec la présentation de sa méthodologie et de son calendrier d'exécution
- Produire le rapport provisoire :
  - de l'étude d'image
  - de la stratégie de communication
  - du plan de communication.
- Présenter le rapport provisoire de la mission en vue de la production des rapports finaux.

## V. LIVRABLES

Les livrables attendus du Consultant sont précisés comme suit :

- des rapports provisoires :
  - de l'étude d'image
  - de la stratégie de communication quinquennale (2020-2024) assortie d'un dispositif de suivi-évaluation
  - du plan de communication quinquennal (2020-2024) y compris l'évaluation budgétaire du dit plan
- Les résultats bruts de l'enquête (réponses collectées) aux formats Excel, PDF et Word

Ces rapports provisoires seront transmis à la Direction Générale au bout de trente (30) jours calendaires pour amendement. La Direction Générale fera part de ses amendements au consultant sous dix (10) jours calendaires au maximum. Le rapport provisoire amendé sera restitué lors d'un atelier à compter de la validation par la Direction Générale qui interviendra cinquante (50) jours calendaires après le début de la consultation

- un rapport final (étude d'image, stratégie de communication, plan de communication) prenant en compte les amendements formulés à la restitution à la Direction Générale en cinq (5) exemplaires dont quatre reliés et un sur support numérique au plus tard dix (10) jours après l'atelier de restitution.

## VI. DUREE DE LA MISSION

La durée de la mission est de deux (02) mois maximum à compter de la date de démarrage de la mission. La mission devra démarrer au plus tard dans la première quinzaine du mois de décembre 2020.

## VII. PROFIL DU CONSULTANT

Le consultant devra :

- Avoir un diplôme d'études supérieures de niveau minimum Bac+5 en étude de la communication d'entreprise, Business Administration, Communication-Marketing, Gestion commerciale ou équivalent ;
- Avoir une expérience professionnelle d'au moins sept (7) ans dans le domaine de la communication institutionnelle ;
- Avoir une expérience pratique dans l'élaboration et la conduite d'étude d'image ;
- Avoir une expérience pratique dans l'élaboration de stratégie et plan de communication;
- Avoir une expérience pratique des réseaux sociaux
- Avoir une bonne expérience dans les questions de communication de l'enseignement supérieur et de la recherche
- Avoir une expérience pratique dans l'élaboration de méthodes de communications pertinentes ;
- Avoir une bonne expérience sur les questions d'image, de stratégie et plan de communication; en particulier dans le monde académique et scientifique ;
- Avoir une grande capacité de rédaction de notes méthodologiques ;
- Avoir des aptitudes à communiquer, à conduire des réunions et à animer des ateliers;
- Avoir une connaissance parfaite du français (oral et écrit) et des aptitudes à travailler en anglais ;
- Être immédiatement disponible.

## VIII – RAPPORTS ET DOCUMENTS DISPONIBLES

- Dernière étude d'image réalisée
- Plan d'orientation stratégique 2020-2024
- Rapports d'activités de communication disponibles
- Site web 2iE + pages réseaux sociaux

## IX. COMPOSITION ET DEPOT DU DOSSIER DE CANDIDATURE

Le dossier de soumission devra comporter :

- Une lettre de manifestation d'intérêt adressée au Directeur Général de 2iE ;
- une offre technique, détaillant la méthodologie prévue ;
- Un curriculum vitae faisant ressortir les qualifications et expériences professionnelles individuelles du consultant et comportant au moins trois références professionnelles ;
- Une copie du diplôme obtenue et attestation de formation en matière de communication ;
- Une copie des certificats de travail et attestations de bonne exécution de missions réalisées en rapport avec la présente mission ;
- une offre financière HT (honoraires, voyages, perdiems..) conforme à la méthodologie. Cette offre ne sera analysée que pour le candidat classé premier. En cas d'échec avec le candidat classé 1<sup>er</sup>, le candidat suivant sur la liste sera contacté.

## ANNEXE 1 : GRILLE D'ÉVALUATION

<b>I – Qualification universitaire/académique</b>	<b>10</b>
<b>Avoir au minimum BAC+5 en étude de la communication d'entreprise, Business Administration, Communication-Marketing, Gestion commerciale, ou équivalent</b>	<b>points</b>
- <i>Diplôme inférieur ou non équivalent au niveau et au domaine requis</i>	<i>0</i>
- <i>Diplôme de niveau Bac+5 dans le domaine ou équivalent</i>	<i>8</i>
- <i>Diplôme de niveau supérieur à Bac+5 dans le domaine ou équivalent</i>	<i>10</i>
<b>II – Expérience générale dans le domaine de la communication institutionnelle</b>	<b>15</b>
<b>Avoir au minimum sept (7) années d'expérience professionnelle dans le domaine de la communication institutionnelle</b>	<b>points</b>
- <i>Moins de 7 ans d'expérience professionnelle</i>	<i>0</i>
- <i>Expérience d'au moins 7 ans : 2,5 points par année d'expérience à partir de la 7<sup>ème</sup> année avec un maximum de 15 points</i>	<i>15</i>
<b>III – Adéquation pour la mission (expériences spécifiques pertinentes pour la mission) 75 points</b>	
• <b>Expérience dans l'élaboration et la conduite de l'étude d'image</b>	<b>20</b>
- <i>2 points par mission réalisée avec un maximum de 20 points</i>	
• <b>Expérience dans l'élaboration de stratégie et plan de communication</b>	<b>30</b>
- <i>3 points par mission réalisée avec un maximum de 30 points</i>	
• <b>Expérience pratique des réseaux sociaux</b>	<b>20</b>
- <i>2 points par mission réalisée avec un maximum de 20 points</i>	
• <b>Expérience dans les questions de communication de l'enseignement supérieur</b>	<b>05</b>
- <i>1 point par mission avec un maximum de 05 points</i>	
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>
	<b>points</b>

Le consultant classé premier avec au moins 75% des points verra son offre financière ouverte et sera convié à une négociation. En cas d'échec, le candidat classé 2<sup>e</sup> sera contacté.