

Termes de Références

L'OIT recrute une agence en communication dans le cadre du projet « AGRI'UP »

1- Contexte

Le projet « Agri'UP » financé par le Fonds Fiduciaire Multi-donateurs pour la Jeunesse et l'Emploi en Tunisie (MPTF), vise à promouvoir l'entrepreneuriat agricole des jeunes femmes et hommes tunisiens à travers la stimulation d'investissements responsables dans les systèmes agricoles et agroalimentaires.

Ce projet est mis en œuvre conjointement par l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO) et l'Organisation internationale du Travail (OIT), en collaboration avec l'Agence de Promotion des Investissements Agricoles (APIA) et en partenariat avec le Bureau du Coordonnateur résident des Nations Unies ainsi que l'Ambassade du Royaume des Pays-Bas en Tunisie. Il se déploie sur six régions (Bizerte, Siliana, Zaghuan, Nabeul, Sfax et Médenine) et vise à accompagner techniquement et financièrement des initiatives entrepreneuriales nouvelles ou d'extension, tant individuelles que collectives, tout en favorisant l'inclusion, la durabilité et la transition vers l'économie formelle.

Afin d'assurer une communication efficace et cohérente autour du projet, de renforcer sa visibilité aux niveaux national et international, et de valoriser ses résultats auprès des différentes parties prenantes, l'OIT souhaite recruter une agence de communication pour une durée de six mois à compter du 1^{er} octobre 2025. Cette agence mettra notamment à disposition de l'OIT une ressource à temps plein.

La ressource désignée sera mobilisée en appui direct à l'équipe projet et participera à la conception et à la mise en œuvre des actions de communication prévues.

2- Objet de la mission

L'objectif de cette consultation est d'assurer, à temps plein, l'ensemble des fonctions de communication du projet Agri'UP afin de garantir une visibilité optimale de ses activités et résultats, en Tunisie et à l'international.

La ressource désignée par l'agence sera responsable de la conception, de la coordination et de la mise en œuvre de la stratégie de communication du projet, dans toutes ses dimensions, en étroite collaboration avec l'équipe du projet.

Ses responsabilités comprendront notamment :

- **Stratégie et planification** : élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication complète (interne et externe), adaptée aux objectifs du projet et alignée sur les standards de communication des Nations Unies.
- **Communication digitale** : gérer la présence du projet sur les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Instagram, autres le cas échéant), créer des calendriers éditoriaux, développer et publier du contenu engageant (posts, articles, visuels, vidéos, stories, reels, etc.), animer les communautés en ligne et modérer les interactions.
- **Conception graphique et audiovisuelle** : réaliser la conception graphique de tous les supports de communication (affiches, flyers, brochures, présentations PowerPoint, infographies, visuels pour réseaux sociaux, signalétique événementielle), en respectant les chartes graphiques des agences des Nations Unies. Produire et/ou superviser la production de contenus multimédias (vidéos, interviews, capsules, reportages photo).
- **Rédaction et storytelling** : rédiger des communiqués de presse, articles, newsletters, discours, scripts vidéo et autres contenus valorisant les activités, résultats et témoignages du projet, en veillant à adapter le ton aux différents publics cibles (institutionnels, partenaires techniques et financiers, grand public, jeunes bénéficiaires, médias).
- **Appui aux événements** : assurer la couverture communicationnelle des événements organisés dans le cadre du projet (conférences, ateliers, lancements, foires, cérémonies), préparer les supports visuels et les kits de communication, coordonner avec l'agence événementielle et les médias, et garantir la visibilité de la contribution des partenaires (logos, bannières, supports imprimés et digitaux).
- **Relations publiques et médias** : développer et maintenir des relations avec les médias (presse écrite, radio, télévision, médias en ligne), préparer et diffuser des communiqués et dossiers de presse et assurer la couverture médiatique des activités du projet. Assurer également la veille médiatique et la gestion proactive de l'image publique du projet.
- **Suivi, analyse et reporting** : suivre les performances des actions de communication (médias traditionnels et digitaux), produire des rapports réguliers avec indicateurs quantitatifs et qualitatifs, formuler des recommandations pour améliorer l'efficacité des actions et documenter les bonnes pratiques.
- **Appui transversal** : travailler en étroite collaboration avec l'équipe projet pour transformer les messages techniques en formats accessibles et percutants, contribuer à la documentation des résultats et à la capitalisation des expériences.

Elle devra être pleinement disponible sur la période de six mois, assurer une présence régulière auprès de l'équipe projet et faire preuve de réactivité afin de répondre aux besoins de communication du projet en temps réel.

3- Principales activités et livrables

Activités principales

1. Élaboration de la stratégie de communication du projet

- Définir les objectifs, messages clés, publics cibles et canaux de communication prioritaires.
- Élaborer un plan opérationnel détaillé incluant un calendrier éditorial et une stratégie médias sociaux.

2. Production de contenus et gestion des réseaux sociaux

- Concevoir, publier et animer régulièrement des contenus adaptés (articles, posts, visuels, vidéos, stories, reels, infographies) pour Facebook, LinkedIn, Instagram et autres plateformes pertinentes.
- Assurer la modération des interactions, l'animation des communautés en ligne et la valorisation des témoignages des bénéficiaires.

3. Conception graphique et audiovisuelle

- Produire les supports visuels et imprimés nécessaires aux actions du projet (brochures, flyers, infographies, bannières, signalétique événementielle, présentations PowerPoint, etc.).
- Assurer la captation photo et vidéo des activités du projet, et la réalisation/supervision de capsules et vidéos institutionnelles.

4. Appui aux événements du projet

- Préparer et assurer la visibilité institutionnelle des événements (conférences, ateliers, cérémonies, foires, visites terrain, etc.).
- Mettre en place des kits de communication (logos, roll-ups, bannières, dossiers de presse, éléments graphiques digitaux).
- Assurer la couverture médiatique et digitale des événements (live posts, photos, vidéos).

5. Relations publiques et médias

- Établir et entretenir un réseau de contacts avec les médias nationaux et régionaux.
- Rédiger, valider et diffuser des communiqués et dossiers de presse.
- Assurer une veille médiatique et analyser la couverture médiatique du projet.

- Contribuer à la gestion de l'image publique du projet et à la valorisation des partenaires à travers les médias.

6. Suivi, analyse et reporting

- Mettre en place un système de suivi des actions de communication, avec indicateurs de performance (engagement, portée, visibilité).
- Fournir des rapports mensuels sur l'état d'avancement des actions de communication et proposer des ajustements.
- Contribuer à la capitalisation des bonnes pratiques et à la documentation des résultats du projet.

Livrables attendus

- **Stratégie de communication du projet**, incluant un plan opérationnel détaillé et validé par l'équipe projet.
- **Calendrier éditorial** couvrant l'ensemble de la période de consultation.
- **Kit graphique et de communication** (modèles de présentation, brochures, flyers, templates réseaux sociaux, etc.).
- **Contenus multimédias produits** : publications digitales, visuels, vidéos, reportages photo.
- **Supports de communication événementiels** : signalétique, dossiers de presse, éléments graphiques, captations photo/vidéo des événements.
- **Communiqués et dossiers de presse diffusés aux médias** : compte-rendu de la couverture médiatique et analyse de l'impact presse.
- **Rapport final de mission** incluant un bilan global des actions de communication réalisées, une analyse de l'impact et des recommandations stratégiques pour la suite du projet.

4- Profil et compétences requises

Elle/il devra démontrer une expertise avérée en communication, une connaissance approfondie des réseaux sociaux et une capacité opérationnelle à gérer de manière autonome la communication d'un projet. À ce titre, les critères suivants sont requis :

a) Profil professionnel

- Avoir une expérience confirmée dans la gestion de pages professionnelles sur Facebook, LinkedIn et Instagram pour des projets de développement.

- Avoir déjà collaboré avec des institutions publiques, des agences internationales, des ONG ou des partenaires techniques et financiers dans le cadre de projets similaires.
- Avoir une expérience confirmée en relations publiques et gestion des relations médias (presse, TV, radio, web)

b) Compétences techniques et méthodologiques

- Maîtriser les outils et plateformes de communication digitale et de création de contenus.
- Être capable de produire du contenu engageant et adapté aux différentes audiences et plateformes.
- Maîtriser les techniques d'analyse et de suivi des performances des publications.

c) Connaissance du contexte local

- Avoir une bonne compréhension du contexte socio-culturel et numérique des publics cibles, afin d'adapter les messages et contenus aux réalités locales.

d) Compétences linguistiques et communicationnelles

- Maîtriser parfaitement le français et l'arabe, à l'écrit et à l'oral.
- Avoir de bonnes compétences rédactionnelles et visuelles pour produire des contenus clairs, attractifs et professionnels.

e) Autres critères appréciés

- Une expérience antérieure avec des agences onusiennes ou projets de développement/communication institutionnelle constituera un atout.
- Réactivité, créativité, capacité d'adaptation et respect strict des délais.
- La participation active de profils féminins dans l'équipe proposée sera encouragée, en cohérence avec les principes d'égalité de genre.

5- Relations de travail

- Elle/il travaillera en étroite coordination avec l'équipe du projet et assurera une communication fluide, proactive et structurée avec l'équipe projet et les partenaires, notamment via des échanges sur les contenus et la validation des publications et livrables à chaque étape clé.

- Elle/il sera responsable de la qualité des contenus diffusés, de leur cohérence avec la stratégie de communication du projet et du respect des délais pour l'exécution des activités confiées.

6- Durée de la consultation

La mission devrait commencer le **01/10/2025** et se terminer au plus tard le **31/03/2026**.

7- Paiement

Les honoraires seront payés après remise des livrables demandés et à la satisfaction de l'équipe de l'OIT.

Livrables	Paiements
<ul style="list-style-type: none"> - Stratégie de communication - Calendrier éditorial - Kit graphique et de communication 	40% du montant total
<ul style="list-style-type: none"> - Contenus multimédias produits - Supports de communication événementiels - Rapport final de mission 	60% du montant total

8- Documents à présenter

Les intéressés par la présente mission sont invités à soumettre les éléments suivants :

- Une copie des documents légaux et administratifs attestant de leur statut
- Une présentation détaillée de l'agence, mettant en avant son expérience, ses domaines d'expertise, les missions similaires réalisées, ainsi que le CV de la personne désignée
- Des références ou exemples de missions similaires.
- Une offre technique détaillant la méthodologie proposée, l'approche de travail, le calendrier et les livrables envisagés.
- Une offre financière détaillée (en HT et en TTC).

9- Soumission de l'offre

Les dossiers de réponse à la présente consultation, comportant les pièces mentionnées ci-dessus, doivent être transmis à l'OIT par email à l'adresse suivante : drissiw@ilo.org

avec en copie tunisachat@ilo.org, en mentionnant dans l'objet « AGRI'UP – Agence en Communication ».

**La clôture de la candidature est fixée au 10 septembre 2025 à minuit.
Tout dossier incomplet ne sera pas accepté.**