

Termes de Référence (TdR)

Mandat pour la formation en communication et visibilité stratégique des Organisations Partenaires de Brücke Le Pont sur le Programme Togo Benin

1. Contexte

Brücke Le Pont est une organisation non gouvernementale suisse de coopération internationale qui promeut l'amélioration durable des conditions de vie et de travail en Afrique de l'Ouest et en Amérique latine.

Nous œuvrons pour des changements structurels et systémiques qui permettent aux gens de renforcer leurs compétences professionnelles, de faire valoir leurs droits du travail et leurs droits humains et d'obtenir un revenu décent. Le programme « Travail en dignité » de Brücke Le Pont couvre trois axes stratégiques : la promotion des revenus, les compétences professionnelles et l'intégration sur le marché du travail ainsi que les droits de travail.

De plus, les thèmes transversaux tels que l'égalité de genre, la prévention des catastrophes et le renforcement de la société civile sont intégrés dans tous les projets du programme. Le programme mis en œuvre au Togo et au Bénin soutient des chaînes de valeurs agricoles d'importance régionale, qui contribuent de manière significative à la promotion des revenus et à la sécurité alimentaire.

Aussi, le paysage du financement du développement se caractérise aujourd'hui par une rareté croissante des bailleurs et une exigence accrue en matière de résultats et de crédibilité. Les ONG doivent désormais rivaliser pour convaincre des partenaires, car attirer de bons financements devient difficile sans une visibilité forte et un positionnement stratégique clair.

A cet effet, la présente formation vise à renforcer les capacités en communication institutionnelle, digitale et stratégique des ONG, afin qu'elles soient mieux armées pour mobiliser des ressources et s'imposer comme des acteurs de référence dans leur domaine.

2. Objectifs de la formation

2.1. Objectif général

Renforcer les compétences des ONG en communication institutionnelle et digitale afin d'accroître leur visibilité, de consolider leur positionnement stratégique et de faciliter l'attraction de financements auprès des bailleurs et partenaires.

2.2. Objectifs spécifiques

- Maîtriser les fondamentaux de la communication institutionnelle et digitale adaptés aux organisations locales pour renforcer leur image, leur notoriété et leur crédibilité auprès des bailleurs et partenaires.
- Valoriser efficacement les projets, résultats et impacts à travers des messages clairs et percutants, en utilisant des supports variés pour convaincre des bailleurs, communautés et autres parties prenantes.
- Développer et mettre en œuvre une stratégie de positionnement et de visibilité, incluant la communication digitale, l'optimisation de la présence en ligne (réseaux sociaux, hashtags, SEO) et la gestion professionnelle des communautés.

- Produire et diffuser des contenus attractifs (visuels, vidéos, infographies, articles) tout en utilisant des outils collaboratifs et d'analyse (Canvas, Google Drive, Trello, Google Analytics, Facebook Insights) pour améliorer la performance et la cohérence de la communication.
- Renforcer les capacités de mobilisation de ressources financières via la communication, en combinant storytelling, plaidoyer, fundraising digital, campagnes de sensibilisation en ligne et bonnes pratiques de sécurité numérique pour protéger les données et les canaux de communication.

3. Résultats attendus

À l'issue de la formation, chaque partenaire devra être capable de :

- Élaborer et mettre en œuvre un plan de communication stratégique et opérationnel, intégrant la communication institutionnelle, digitale et la mobilisation de ressources.
- Raconter efficacement l'histoire de son organisation (storytelling) et mettre en valeur ses projets, résultats et impacts auprès des bailleurs, partenaires, autorités, communautés et médias.
- Renforcer sa visibilité et sa crédibilité en ligne et hors ligne, grâce à un positionnement clair, une communication orientée résultats et une meilleure gestion des communautés numériques.
- Produire et diffuser des contenus engageants et attractifs (plaquettes, posts pour réseaux sociaux, newsletters, infographies, vidéos), en utilisant des outils numériques et collaboratifs (Canvas, Google Drive, Trello, Google Analytics, Facebook Insights).
- Initier des actions de mobilisation de ressources via la communication digitale, incluant le fundraising en ligne, les campagnes de sensibilisation et l'optimisation de la visibilité (SEO, hashtags, ciblage des audiences).
- Disposer d'un kit média complet et d'outils pratiques, immédiatement utilisables pour améliorer la visibilité, renforcer la notoriété et attirer des bailleurs.
- Adopter de bonnes pratiques de sécurité numérique pour protéger les canaux et données de communication contre les risques de piratage ou de perte d'information.

4. Planification indicative

La rencontre des partenaires est une importante activité du Programme Togo-Bénin qui réunit l'ensemble des partenaires autour de partage d'expériences, d'échanges, de formation, et de convivialité. Pour l'édition 2025, elle se tiendra à Kara (Togo) du 20 au 22 octobre 2025. La session de formation en communication est prévu en présentiel pour toute la journée du 22 octobre.

Le/la consultant-e devra prévoir en amont :

- Une phase de préparation technique et pédagogique (entretiens avec l'équipe, élaboration du plan de formation, production des supports) ;
- La conduite de la session de formation en présentiel ;
- La rédaction d'un rapport synthétique incluant les observations, recommandations et livrables produits.

La planification détaillée fera l'objet d'un accord concerté avec l'équipe de coordination, en fonction du calendrier global de la rencontre.

5. Méthodologie

La méthodologie devra être participative, interactive et axée sur la mise en pratique directe. Le/la consultant-e veillera à adapter les contenus au niveau des participants et au contexte spécifique des ONG présentes.

Les modalités pédagogiques attendues incluent notamment :

- Des exposés interactifs pour introduire les concepts clés.
- Des études de cas inspirées d'expériences d'ONG.
- Des ateliers pratiques de co-construction d'outils de communication (kit média, plan de communication, storytelling, etc.).
- Des démonstrations d'outils numériques accessibles (Canvas, Google Drive, Trello, réseaux sociaux, etc.).
- Des temps de retours d'expérience et de réflexion collective.

6. Livrables attendus

Le/la consultant-e devra :

- Fournir en amont un plan de formation détaillé.
- Préparer des supports pédagogiques clairs et adaptés.
- Remettre à l'issue de la session un rapport de formation synthétique, incluant les principales recommandations et pistes d'action pour les ONG formées.

7. Profil du/de la consultant-e

Le/la consultant-e devra justifier d'au moins 07 ans d'expérience en :

- Communication institutionnelle et digitale, incluant la conception et la mise en œuvre de plans de communication pour ONG/associations.
- Formation et coaching pratique, avec capacité à développer des supports pédagogiques et accompagner les ONG dans leur visibilité.
- Utilisation des outils numériques et de suivi, incluant la gestion des réseaux sociaux, la création de contenus (Canvas, infographies, vidéos), et le suivi des performances (Google Analytics, Facebook Insights).

Il/Elle doit aussi avoir une :

- Excellente capacité rédactionnelle et communicationnelle.
- Maîtrise des outils collaboratifs et sensibilisation à la sécurité numérique.
- Expérience avérée en andragogie

8. Modalités de soumission des offres

Les personnes intéressées sont invitées à soumettre une offre technique et financière au plus tard le 24.08.2025 à l'adresse secretariat.tobe@bruecke-lepont.ch avec le sujet « **OFFRE FORMATION COMMUNICATION** ».

L'offre devra comprendre :

a) Une offre technique :

- Une présentation méthodologique décrivant la compréhension des TdR, la méthodologie proposée et le plan de formation, la durée totale d'exécution
- Le CV du/de la consultant-e et/ou des membres de l'équipe, avec des références de missions similaires
- Les références de trois client-e-s précédent-e-s

b) Une offre financière :

- Un budget détaillé en FCFA, incluant les honoraires y inclus les taxes, frais de déplacement, hébergement, logistique, etc.
- Les conditions de paiement proposées

La sélection se fera sur la base de la qualité technique de la proposition, de l'adéquation de de l'expérience au contexte, et de la pertinence de l'approche méthodologique, ainsi que du rapport qualité-prix.